



BOGOTÁEXPORTA
POR LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS

REPORTE DE MONITOREO SECTORIAL

SECTOR MATERIALES DE CONSTRUCCION

PERÚ



Cámara de Comercio de Bogotá

Consuelo Caldas Cano
Presidente Ejecutiva

Luz Marina Rincón Martínez
Vicepresidenta Ejecutiva

María Isabel Agudelo
Vicepresidenta de Competitividad Empresarial

Juan Guillermo Castro
Gerente de Internacionalización de Negocios

María Mónica Conde
Directora de Promoción de Comercio Internacional

Ana María Rodríguez Barros
Asesor de Promoción de Comercio Internacional

Bogotá, 2010

Diseño y diagramación
cre-eight comunicación gráfica

ISBN: 978-958-688-365-8



Tabla de Contenidos

1.	Descripción general del sector	5
1.1	Fortalezas y debilidades	5
1.2	Distribución geográfica	6
1.2.1	Caso viviendas	6
1.2.2	Caso Oficinas	7
1.2.3	Caso Centros comerciales y supermercados	7
1.2.4	Obras civiles	7
1.3	Principales actores	8
2.	Principales estadísticas del mercado	9
3.	Análisis de la demanda	11
4.	Descripción de principales canales de distribución y comercialización	28
4.1	Canales comerciales	28
4.1.1	Grandes superficies	28
4.1.2	Tiendas especializadas	28
4.1.3	Importadores y distribuidores a nivel nacional	28
4.2	Requisitos para importación	28
4.3	Valor del arancel por posición arancelaria	29
4.4	Aranceles comerciales vigentes en Perú	29
4.5	Principales canales de comercialización	29
4.5.1	Grandes superficies	29
4.5.2	Mayoristas	29
4.5.3	Mercados locales y regionales	29
4.5.4	Pequeños negocios	29
5.	Análisis del entorno competitivo	30
5.1	Países de origen	30
5.2	Productores locales	30
5.3	Presentaciones	30
5.4	Perfil de principales competidores	30
6.	Proceso de importación	32
6.1	Puertos de entrada	33
6.2	Regulaciones arancelarias	33
7.	Estrategias de promoción y marketing	35
7.1	Ferias	35
7.2	Publicaciones	35
7.3	Estrategias recomendadas de promoción	35
7.4	Recomendación para selección de importadores y distribuidores	35
8.	Contactos en Perú	36
	Conclusiones	38

Índice de tablas y gráficos

Cuadro No. 1	Producción del sector construcción: mayo 2010	9
Cuadro No. 2	Variación % precios materiales de construcción 2007 2010	9
Cuadro No. 3	Evolución mensual sector construcción: mayo 2010	10
Cuadro No. 4	Indice de precios materiales de construcción: junio 2010	10
Cuadro No. 5	Importaciones de cemento 2002 - 2010	10
Cuadro No. 6	Resumen de importaciones peruanas y participación colombiana 2005-2009 Sector Materiales de Construcción	27



1. Descripción general del sector

Este sector muestra fuertes ciclos de crecimiento tanto en la actualidad como a mediano y largo plazo, pero presentó una constante postergación por décadas, debido a la ausencia de políticas de promoción y a la nula continuidad de un plan país o siquiera de un plan a largo plazo para el sector de la construcción, es decir, cada nuevo gobierno electo presentaba un plan de trabajo distinto al de sus antecesores y no existía una trayectoria en la marcha del país, ello se agravó con una lucha interna contra fuerzas terroristas durante la década de los años 80 que ahuyentó toda inversión para este importante sector.

1.1. Fortalezas y debilidades

A pesar de las cifras de crecimiento mostradas y las perspectivas del sector construcción a mediano y largo plazo, se deben tener en cuenta factores que pueden impedir un normal desarrollo de las exportaciones colombianas al mercado peruano, tales como el tamaño mismo del mercado, usos y costumbres en la adquisición de materiales y acabados, sistemas de construcción utilizados diferentes a los de Colombia, costos de producción, proveedores habituales, entre otros factores, para

ello es necesario conocer las fortalezas y debilidades que se puedan encontrar.

Al consultar con empresas constructoras de ambos países encontramos diferencias a veces imperceptibles pero que son reales, por ejemplo en Bogotá se deben hacer esfuerzos y destinar fondos adicionales para excavar y construir parqueaderos de 2 a más niveles debido a la napa freática y el agua que se puede encontrar fácilmente, mientras que en Lima se pueden excavar 5 o 6 niveles de sótanos sin hallar agua por la aridez de la zona; también encontramos que las formaletas tienen uso en Perú en los últimos diez años gracias a técnicas colombianas pero aun es frecuente hallar la utilización de otro tipo de soportes muy básicos en algunas obras.

También es importante conocer que en Lima no llueve nunca por lo cual los productos para impermeabilizar techos, tejas, canaletas para lluvia y productos similares deben ser dirigidos a ciudades del interior.

Fortalezas

- Las empresas peruanas no se dan abasto ante el creciente número de obras ofrecidas en licita-

ciones públicas y privadas por lo cual forman consorcios con firmas extranjeras

- Poca experiencia de empresas peruanas en construcción de infraestructura y manejo de distribución de gas natural
- Las empresas peruanas son muy abiertas a conformar consorcios con firmas extranjeras para participar en licitaciones
- Constantes convocatorias a licitaciones y concesiones estatales y privadas
- El déficit de viviendas aun es alto, aproximadamente dos millones de unidades
- Desconocimiento en Perú de sistemas constructivos alternativos, mas económicos y antisísmicos

Debilidades

- Poca número de empresas constructoras para alianzas
- Poca especialización de profesionales y obreros en gas y petróleo
- Fuerte participación de la autoconstrucción por parte de la población emergente
- Incremento de precio de mano de obra por alta demanda
- Incremento de costos de construcción por sindicatos que exigen cupos en dinero y en número de trabajadores
- Industria anexa: fortalecidas por estar presentes en el mercado pero enfocada a escasas líneas como vidrio, revestimientos cerámicos, pisos, cemento, acero, conductores, grifería, pisos de madera, entre otros

1.2. Distribución geográfica

La construcción tuvo su mayor crecimiento prácticamente en Lima durante las últimas dos décadas y en ciudades de la costa como Arequipa, Trujillo, Ica y Piura, quedando relegada la sierra y Amazonía hasta el momento de la apertura económica a inicios de los años noventa con el gobierno de Alberto Fujimori cuando se inició el Plan Mivivienda para impulsar la construcción de viviendas de

interés social a nivel nacional; hoy en día la construcción presenta cifras de crecimiento mas altas en provincias que en Lima.

Algunos de los sectores en análisis son:

1.2.1 Viviendas

Desde los años 60 prácticamente no se contó con políticas de promoción de construcción de viviendas sino hasta inicios de la presente década, con la creación de un programa (Mivivienda) de construcción de viviendas de interés social, que viene impulsando los índices de crecimiento de este sector y que viene permitiendo que miles de familias puedan acceder a una vivienda acorde a su demanda, pero aún así el cerrar esa brecha tomará varios años.

Dado el déficit de viviendas se creó un nuevo producto llamado "Techo Propio" dirigido a familias de muy bajos recursos y que no pueden acceder al Programa Mivivienda, recibiendo por ello un subsidio del estado en dinero.

El crecimiento de la ciudad capital y de otras ciudades no tuvo planificación y por ende fue desordenado, hoy se sienten las consecuencias al no contar con espacios o lotes grandes para viviendas de departamentos, lo que obliga a las constructoras a comprar y demoler casas por toda Lima.

Otra de las consecuencias de esta falta de planificación es la escasez de parqueaderos en la mayor parte de la capital, que viene transformándose en un tema crucial.

Por otro lado la apertura económica y apoyo al sector en los últimos dos gobiernos ha ocasionado la posibilidad de acceder a negocios en el mercado peruano dados los requerimientos de estos puntos:

- Acabados para construcción
- Materiales para construcción

- Sistemas constructivos alternos a los tradicionales que se conocen en Perú
- Tecnología para el sector
- Consorcios para manejar obras de todo tamaño
- Experiencia en construcciones masivas

1.2.2 Oficinas

El conflicto interno que vivió Perú durante la década de los años 80 ocasionó fuga de capitales y por muchos años casi no hubo inversión extranjera, por lo cual no existió demanda por edificios de oficinas corporativas, los cuales se siguieron construyendo pero bajo un sistema tradicional; a inicios de esta década empezó una fuerte llegada de capitales extranjeros al país a través de inversiones en campos como minería, petróleo, pesca, banca, construcción, telefonía y salud principalmente, que encontraron un país sin oferta de oficinas corporativas lo que ocasionó un fuerte impulso para las empresas constructoras locales y extranjeras radicadas en Lima, por lo cual se han desarrollado centros empresariales en zonas especiales de la capital y en las principales ciudades y esta tendencia es creciente; para darnos una idea, la Cámara Peruana de la Construcción estima que a mediados del 2011 no se contara con oferta disponible de oficinas 1A ya que la demanda es mayor que la oferta y deberán esperarse algunos meses para la culminación de proyectos actualmente en ejecución.

1.2.3 Centros comerciales y supermercados

Este sector es el mejor ejemplo de la situación por la que atravesó el mercado peruano; en los 80's y 90's no se conocieron desarrollos de centros comerciales sino en la capital del país y ninguno en provincias, de igual forma sucedió con los supermercados.

A inicios de la presente década ingresó capital chileno para construir supermercados y tiendas por departamento y eso impulsó el desarrollo de

centros comerciales que hoy se vienen construyendo a nivel nacional de modo que se tienen 23 proyectos en construcción; recién en los últimos tres años se conocieron supermercados y grandes superficies en provincias con exitoso desempeño.

Únicamente empresas peruanas y chilenas vienen participando en la construcción de este tipo de obras, mientras que por parte de Colombia, la empresa Pedro Gomez culminó la construcción de un Divercity dentro de un centro comercial, siendo talvez la primera de una serie de obras que podría construir.

1.2.4 Obras Civiles

Este sector sufrió mucho más la postergación de obras por falta de capitales y la guerra interna, ocasionando que solo se cuente con un limitado número de empresas especializadas (todas ellas ubicadas en Lima), muy poca especialización de profesionales, limitado número de obras públicas y privadas, poco acceso a tecnología de avanzada, entre otros puntos cruciales.

Una vez iniciada la apertura económica y el inicio de licitaciones y concesiones de grandes obras de infraestructura, se conocieron las fuertes limitaciones de las empresas peruanas, destacando las siguientes:

- Poca experiencia en gas vehicular y domiciliario: en la actualidad este sector es manejado por empresas y profesionales de Colombia, Chile y Argentina principalmente.
- Poca experiencia en petróleo: solo existen dos empresas locales y una estatal, el resto es manejado por empresas extranjeras.
- Logística limitada: al existir solo un pequeño grupo de constructoras, el número total de maquinaria pesada, grúas, camiones y otros fue muy bajo para manejar grandes proyectos.

Actualmente trabajan en el mercado peruano empresas constructoras de Brasil, Chile, España, Argentina, Colombia, Ecuador, entre otros, ya sea bajo consorcios con empresas peruanas o directamente, destacando la firma brasileña Odebrecht que maneja las principales obras y concesiones en el Perú.

Entre las principales obras que se ejecutaron y vienen desarrollándose en Perú se tienen las siguientes:

- Tres megacarreteras de enlace con Brasil para unir los océanos Atlántico y Pacífico (culminación en 2010 y 2011)
- Sistema de bus Metropolitano, similar a Transmilenio (culminado).
- Concesión para modernización de aeropuerto de Lima (culminado).
- Concesión de primer lote de aeropuertos y modernización a nivel nacional (culminado).
- Planta de licuefacción de gas natural (culminado).
- Tren eléctrico o metro de Lima (culminación en 2011).
- Carreteras de integración en la sierra peruana (culminación 2011 y 2012).
- Proyectos de irrigación en la costa (culminación 2012 y 2013).
- Ampliación de muelles en el puerto del Callao (en ejecución).
- Modernización de refinería en la ciudad de Tarma (en ejecución).
- Plantas de tratamiento de aguas residuales en Lima (en ejecución).
- Obras de electrificación a nivel nacional (en ejecución y por concesionar).

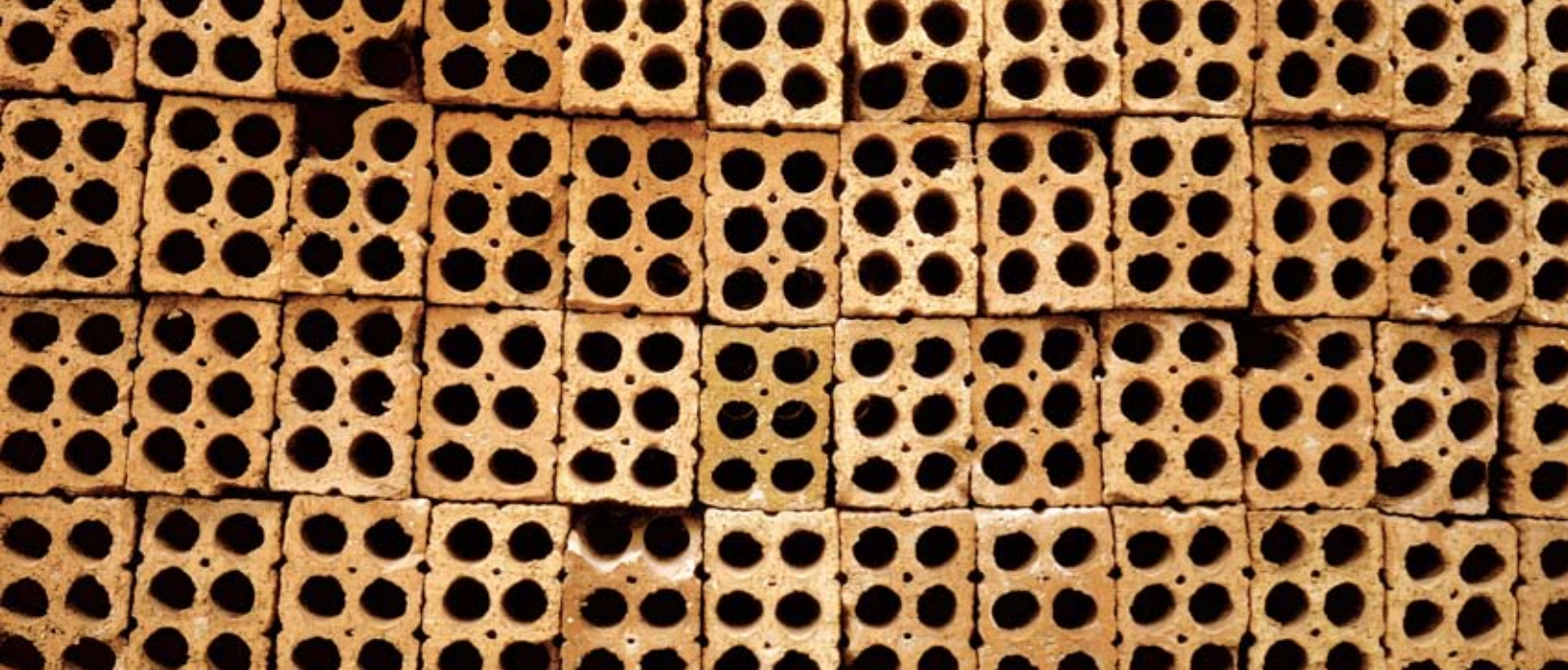
A estas y otras obras se suman las denominadas Asociaciones Público Privadas, a través de las cuales consorcios o empresas locales y extranjeras presentan proyectos al gobierno peruano para construir obras, y si son aprobadas se adjudican directamente, favoreciendo aún más la llegada de inversionistas extranjeros.

1.3. Principales actores

En el mercado peruano se destacan los siguiente actores:

Odebrecht	(Brasil)
Andrade Gutiérrez	(Brasil)
Graña y Montero	(Perú)
Cosapi	(Perú)
Nolt Ingenieros	(Perú)
Dominii	(Perú)
Iccgsa	(Perú)
Grupo Imagina	(Chile)
Hidalgo e Hidalgo	(Ecuador)
Conalvias	(Colombia)
Concreto	(Colombia)
Colpatria	(Colombia)
Amarilo	(Colombia)

Las distintas especializaciones que participan en el campo de la construcción hacen que se deleguen las responsabilidades a compañías expertas en rubros como electricidad, telecomunicaciones, petróleo, gas, minería, entre otros, lo que implica una relación adicional de empresas.



2. Principales estadísticas del mercado

Casi a mitad del año 2010 el sector construcción continuaba con ritmos altos de crecimiento, reflejados en 18,48 respecto al año anterior; uno de los parámetros para medir el crecimiento de la construcción es a través del consumo interno del cemento, que muestra índices positivos según este gráfico, que coincidió con el anuncio de Cemex (México) de construir una planta, animados por la alta demanda.

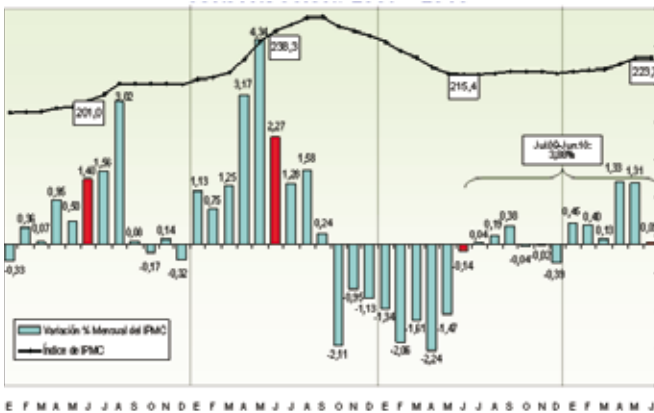
Los índices de Precios de Materiales de Construcción (IPMC) medidos por el Ministerio de la Producción mostraron decrecimientos los años 2008 y 2009 (periodo de crisis internacional), pero volvieron a sufrir incrementos a partir del año 2010, cerrando este año con incrementos tanto de materiales de construcción (cada vez mayor necesidad de importaciones) como del metro cuadrado de terreno, aún así los índices de inflación anuales son bajos y hasta muestran decrecimientos como en el periodo octubre 2008 y mayo 2009; el año 2010 Perú tuvo un índice de inflación de 3.5%.

Cuadro No. 1. Producción del sector construcción: mayo 2010

Componente	Ponderación	Variación porcentual 2010-2009	
		Mayo	Ene - May
Sector Construcción	100,00	20,88	18,48
Consumo Interno de Cemento	93,48	19,20	18,17
Avance Físico de Obras	4,62	47,87	31,21
Vivienda de No Concreto	1,90	2,23	2,23

Fuente: Empresas productoras de cemento, MTC y SUNAT.

Cuadro No. 2. Variación % mensual del índice de precios de materiales de construcción: 2007 - 2010



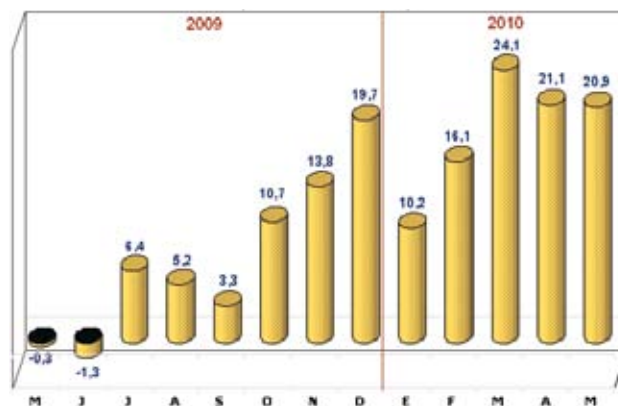
Como era de esperarse, el año 2010 continuó mostrando fuertes índices de crecimiento en el sector construcción, el cual a pesar de la crisis internacional del 2009 presentó incrementos notables, esto tanto por participación del sector privado como publico, en el gráfico, los crecimientos marcados son gracias a la construcción de obras de minería y electrificación principalmente.

Estos índices también son medidos por el Ministerio de la Producción y muestran los productos de mayor demanda en el sector de la construcción así como un paulatino incremento de precios por la demanda creciente y por el ingreso de productos importados.

(mayólicas = revestimientos y pisos cerámicos)

Las cinco plantas productoras de cemento vienen trabajando al tope de su capacidad y realizando ampliaciones para cubrir la demanda, por ello la necesidad de importar el producto a lo largo del año y con un comportamiento elástico.

Cuadro No. 3. Evolución mensual del sector construcción: mayo 2010 (variación %)



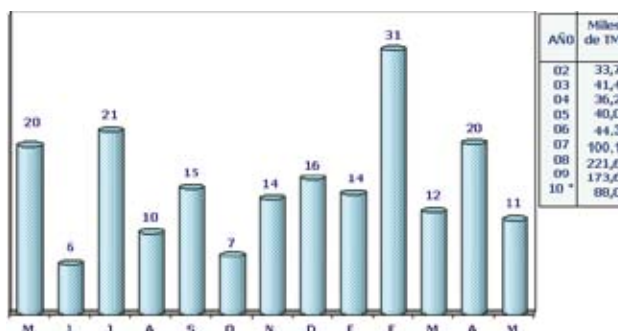
Fuente: INEI

Cuadro No. 4. Índice de precios de materiales de construcción: junio 2010

NIVEL DE DESAGREGACIÓN	POND.	JUNIO	ENE-JUN 10	JUL 09-JUN 10
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	100.00	0.05	3.72	3.88
Maderas	12.20	0.02	1.00	0.98
Accesorios de Plástico y Sum. Eléctricos	9.64	-0.89	1.98	2.23
Vidrios	3.55	-0.16	5.83	6.44
Ladrillos	8.37	0.35	3.96	0.09
Mayólicas y Mosaicos	0.53	-0.33	0.11	-2.67
Aglomerantes	26.28	0.01	1.43	1.42
Agregados	9.97	0.03	1.11	2.21
Estructura de Concreto	11.22	0.73	2.49	2.63
Metálicos	18.24	0.29	11.07	13.81

Fuente: Ministerio de la Producción

Cuadro No. 5. Importación de cemento (2002 - 2010)



Fuente: Aduanas - Información del índice mensual de producción nacional



3. Análisis de la demanda

Revisando las oportunidades de negocio que el mercado peruano presenta para la oferta exportable de Bogotá y comparando la producción con la demanda peruana, se han detectado los siguientes productos potenciales que además tienen un componente que denominamos “importación espontánea” que muestra importaciones de productos que no tenían corriente comercial pero sorpresivamente ingresan al mercado, es importante señalar que no se han tomado en cuenta aquellos productos que muestran presencia comercial importante en el mercado peruano, sino aquellos que consideramos tienen oportunidad de ingresar debido a que existe demanda y ésta es atendida por países dentro y fuera de la región y donde Colombia cuenta con oferta exportable.:

1. Demás baldosas y lozas de cerámica
2. Demás placas, paneles, losetas, tejas y artículos similares
3. Bidés, inodoros y sus cisternas
4. Aditivos preparados para cementos
5. Revestimientos para suelos
6. Ladrillos, lozas, baldosas
7. Puertas y sus marcos
8. Alambro de acero inoxidable
9. Barras de hierro o acero

10. Tableros de madera
11. Demás lámparas y aparatos eléctricos de alumbrado
12. Los demás interruptores, seccionadores
13. Accesorios de tuberías de cobre
14. Tubos rígidos de polímeros de propileno
15. Cemento blanco

Cada una de estas posiciones arancelarias serán analizadas a continuación tomando en cuenta 5 años de importaciones efectuadas por Perú y la participación de los países proveedores:

REPORTE DE IMPORTACIONES PERUANAS DEL 2005 AL 2009 DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

1. Partida Arancelaria: 6908900000

Descripción: DEMAS BALDOSAS Y LOSAS DE CERAMICA BARNIZADA O ESMALTADA

Importaciones totales US CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
14,678,498.1	17,061,051.7	19,672,774.1	31,059,504.8	25,269,599.6

Fuente: Aduanas de Peru

Elaboración: Andina Holding SAC

Graficos: Valores CIF de los Cinco Principales Países, Incluyendo Colombia,
Importadores del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 6908900000 Año 2005 - 2009.

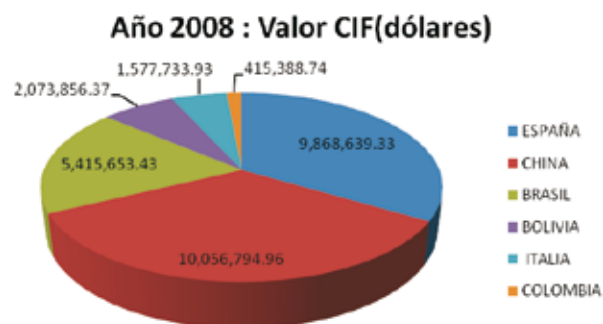
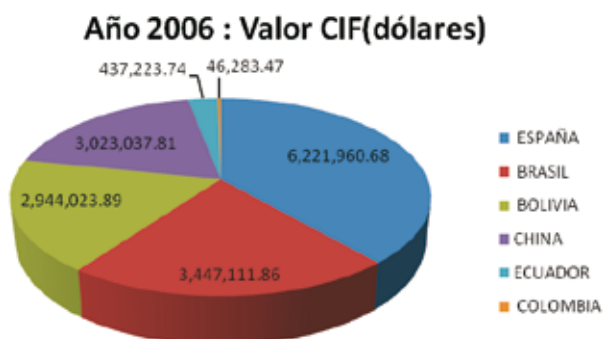
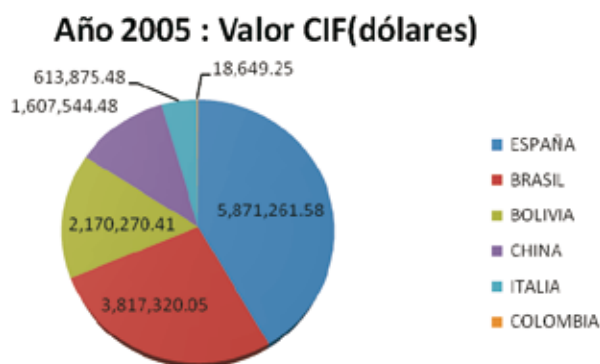


Grafico Resumen Nro1: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 6908900000.



Los índices de participación de Colombia muestran crecimiento luego de una casi nula participación, pero dada la oferta con que dispone el país en este sector, aun hay mucho trabajo que desarrollar tomando en cuenta no solo el crecimiento de la construcción en Perú, sino por la diversidad de proveedores que participan en este mercado, mucho mas lejanos geográficamente y además sujetos a pagos de arancel.

Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C.

2. Partida Arancelaria: 6811400020

Descripción: LAS DEMÁS PLACAS, PANELES, LOSETAS, TEJAS Y ARTICULOS SIMILARES

Con respecto a este producto los únicos datos disponibles corresponden a los años del 2007 y 2008:

2005	2006	2007	2008	2009
0.0	0.0	15.62	24,320.6	0

Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe

Elaboración: Andina Holding S.A.C

Graficos: Valor CIF del País Importador del Producto - Partida Arancelaria: 6811400020 Años 2007 y 2008

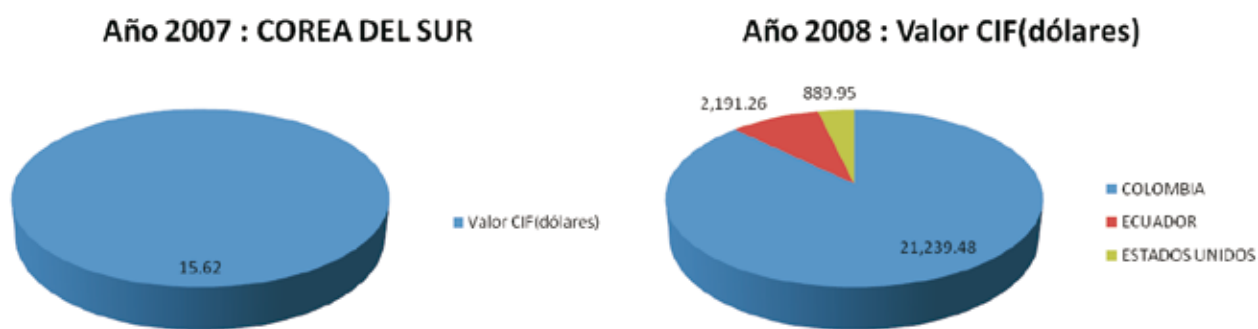
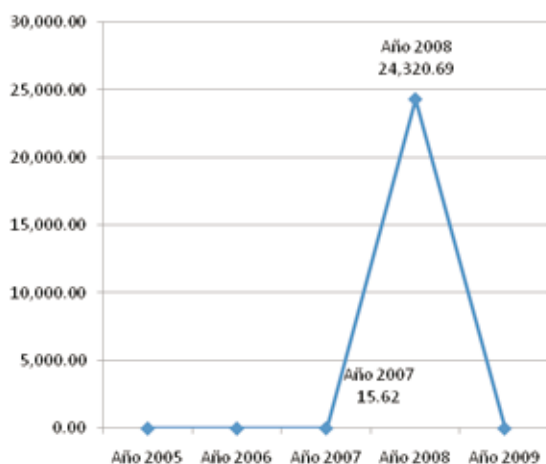


Grafico Resumen Nro. 2: Valores CIF (dólares)
Total de los Últimos Cinco Años del Producto –
Partida Arancelaria Nro. : 6811400020.

Valores CIF Total de los Últimos Cinco Años



Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe

Elaboración: Andina Holding S.A.C

Este es un producto que debe analizarse con atención para ver porqué de manera tan abrupta Colombia lidero las ventas en el mercado peruano prácticamente como único proveedor de esta línea que actualmente es cubierta por la producción local, pero que puede convertirse a breve plazo en un nuevo producto de exportación.

3. Partida Arancelaria: 3922900000

Descripción: BIDES, INODOROS Y SUS CISTERNAS, ART. SANITARIOS SIMIL .D/PLAST

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
290,953.7	232,820.7	248,781.7	393,799.6	353,767.6

Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe

Elaboración: Andina Holding S.A.C.

Graficos: Valores CIF de los Cinco Principales Países Importadores del Producto -
 Partida Arancelaria Nro. : 3922900000 años 2005 - 2009.

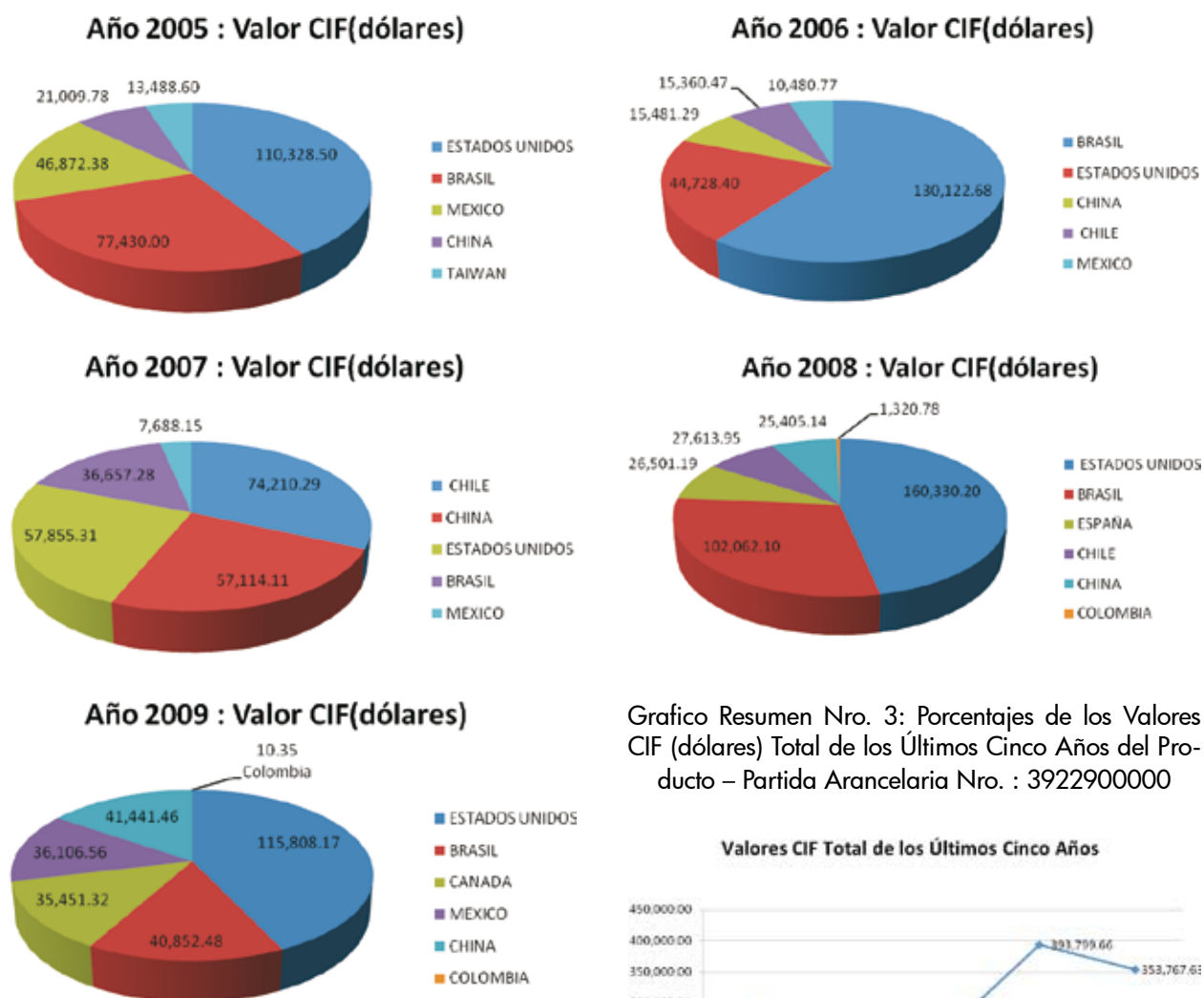


Grafico Resumen Nro. 3: Porcentajes de los Valores
 CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Pro-
 ducto – Partida Arancelaria Nro. : 3922900000



Esta línea de productos sanitarios tiene a Colombia como un proveedor de importancia en varios países, especialmente con la marca Corona. Como puede verse, Peru se abastece de una diversidad de países de la región y de otras áreas, lo que demuestra que es posible acceder al mercado.

Fuente: Aduana del Perú
 Elaboración: Andina Holding S.A.C

4. Partida Arancelaria: 3824400000

Descripción: ADITIVOS PREPARADOS PARA CEMENTOS, MORTEROS U HORMIGÓN

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
1,512,094.3	1,513,794.5	1,511,215.8	2,767,316.1	3,123,119.1

Graficos: Valores CIF de los Cinco Principales Países, Incluyendo Colombia, Importadores del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 3824400000 años 2005 - 2009.

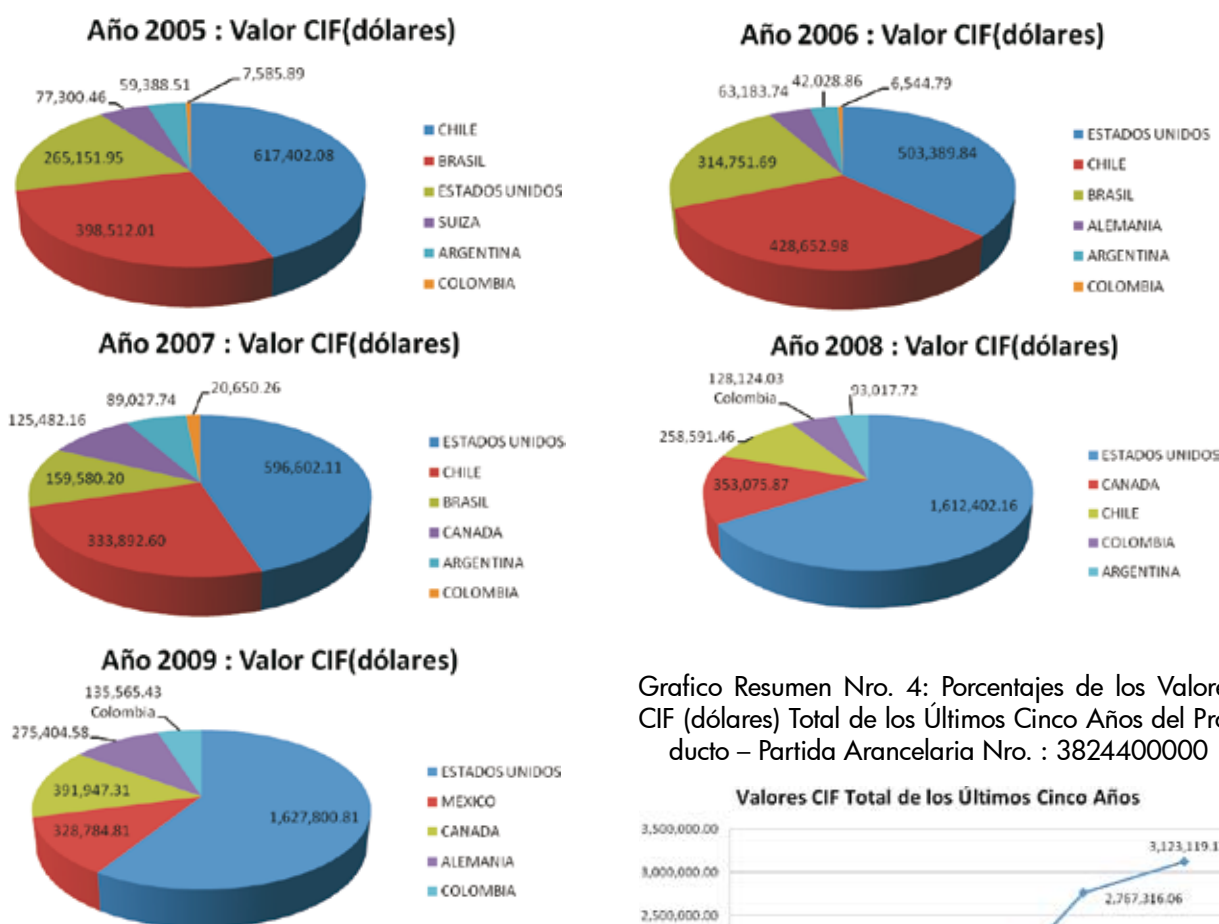


Grafico Resumen Nro. 4: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 3824400000



El último grafico demuestra el fuerte crecimiento de las importaciones peruanas de este tipo de productos donde Colombia viene incrementando su participación paulatinamente luego de no figurar como proveedor el 2005, aun existe mucho espacio para cubrir, uno de los principales proveedores de estas líneas en Perú es la europea SIKA.

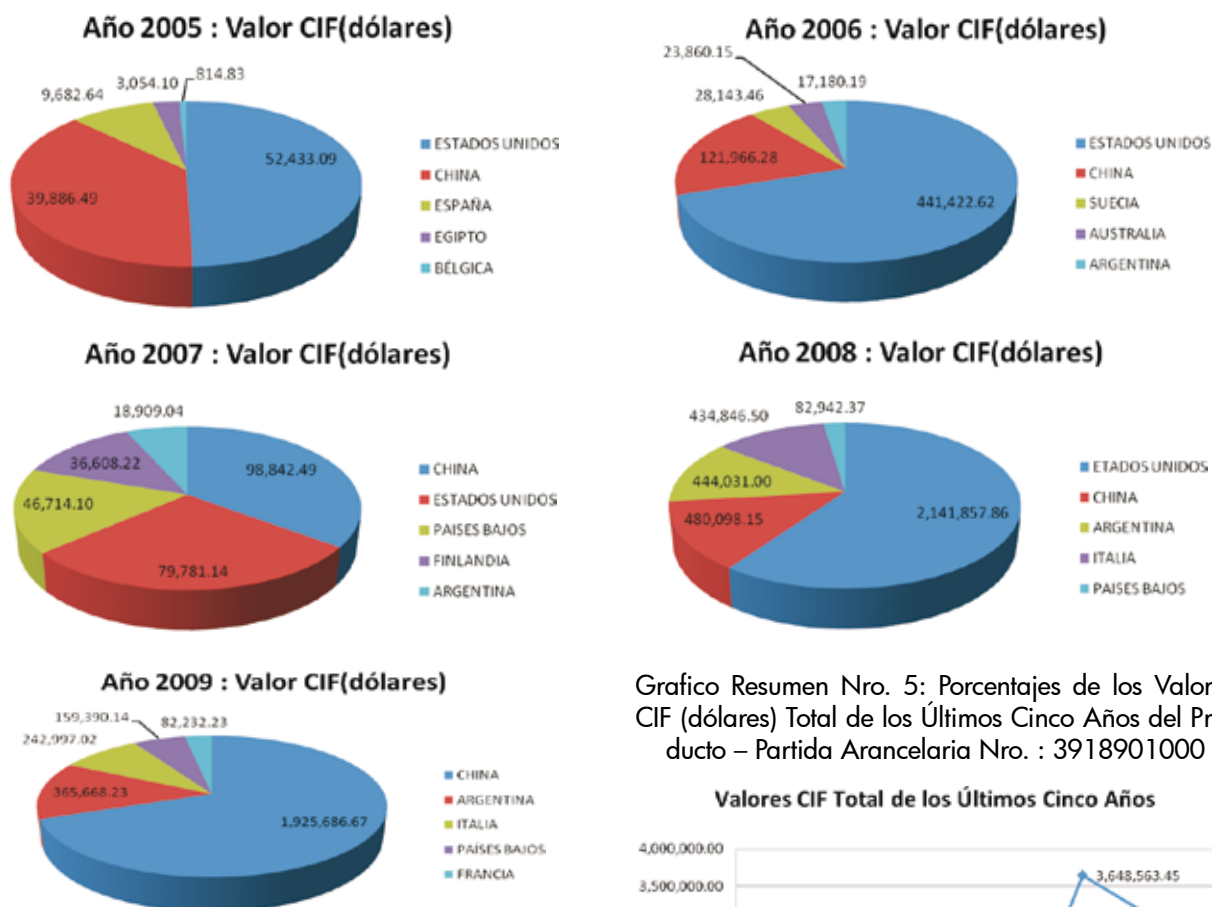
Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

5. Partida Arancelaria: 3918901000

Descripción: REVESTIMIENTOS PARA SUELOS

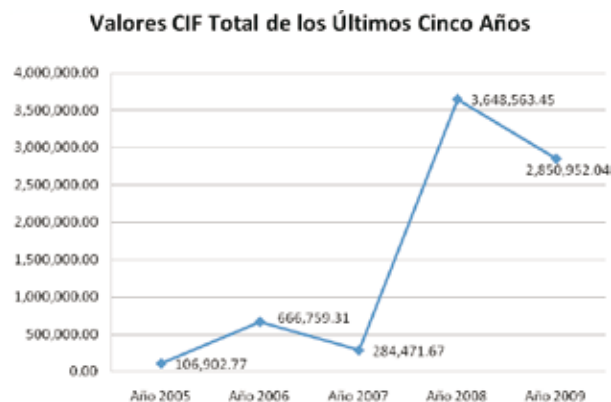
Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
106,902.7	666,759.3	284,471.6	3,648,563.4	764,958.2

Graficos : Valores CIF de los Cinco Principales Países Importadores del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 3918901000 Años 2005 - 2009.



Este es un ejemplo de crecimiento abrupto de la demanda en el sector construcción de Perú, donde Colombia no figura como proveedor a pesar de contar con oferta exportable y de realizar ventas a países de la región, en Perú solo existen dos empresas grandes proveedoras de esta línea (Celima y San Lorenzo).

Grafico Resumen Nro. 5: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 3918901000



Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

6. Partida Arancelaria: 6901000000

Descripción: LADRILLOS, LOSAS, BALDOSAS Y PZAS. CERAMICAS D'HARINA SILICEAS

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
19,465.8	115,665.3	28,313.6	19,882.3	36,120.5

Graficos: Valores CIF de los Pases Importadores del Producto –
Partida Arancelaria Nro. 6901000000 Años 2005 - 20009.

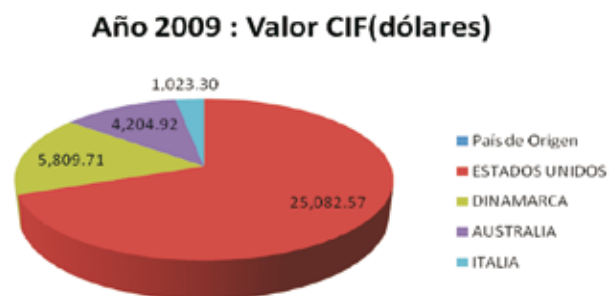
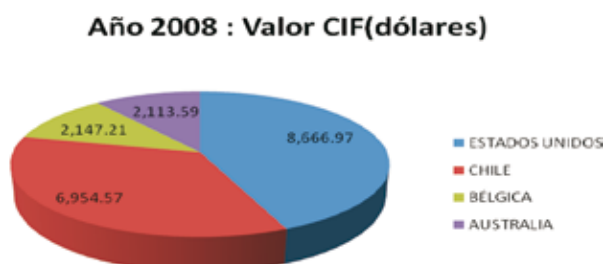
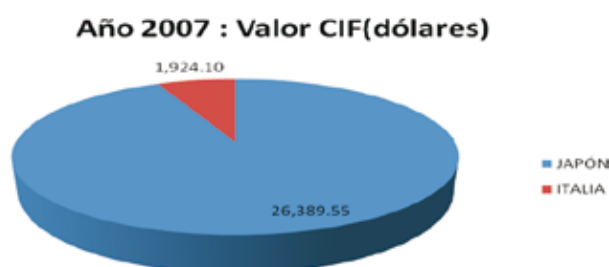
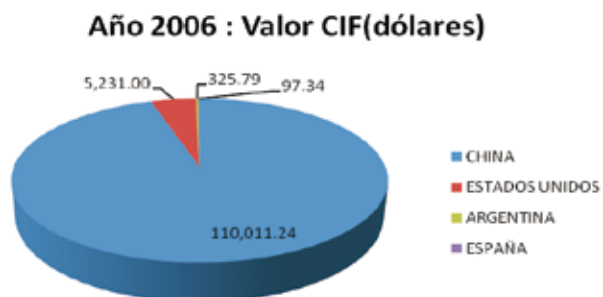
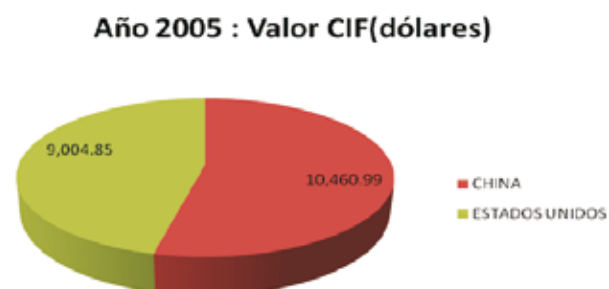


Grafico Resumen Nro. 6: Porcentajes de los Valores
CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Pro-
ducto – Partida Arancelaria Nro. 6901000000



Consideramos que esta posición arancelaria será uno de los ejemplos de crecimiento abrupto de importaciones dada la costumbre de aplicar en Peru estos productos en la construcción, que por ahora son proporcionados casi en su totalidad por el mercado interno. Colombia cuenta con una importante oferta exportable en esta línea.

Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

7. Partida Arancelaria: 4418200000

PUERTAS Y SUS MARCOS, BASTIDORES Y UMBRALES DE MADERA

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
483,133.8	248,830.2	264,278.5	270,433.9	273,748.3

Graficos: Valores CIF de los Cinco Principales Países Importadores del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 4418200000 Años 2005 - 2009.

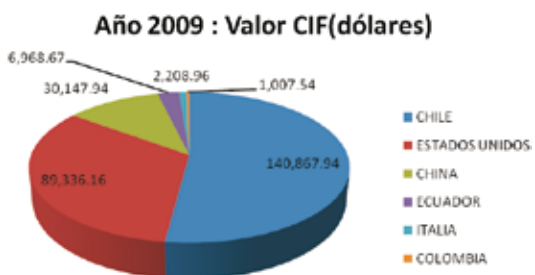
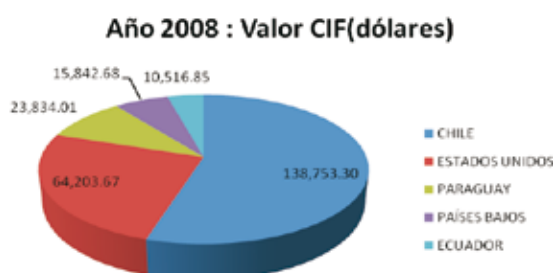
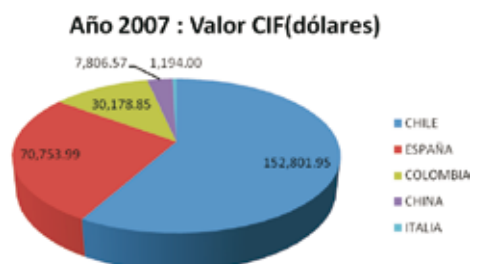
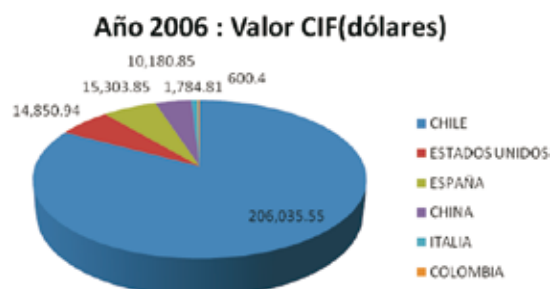
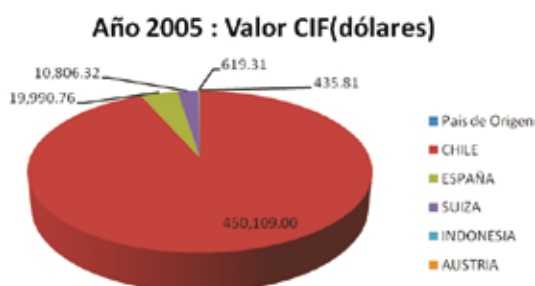
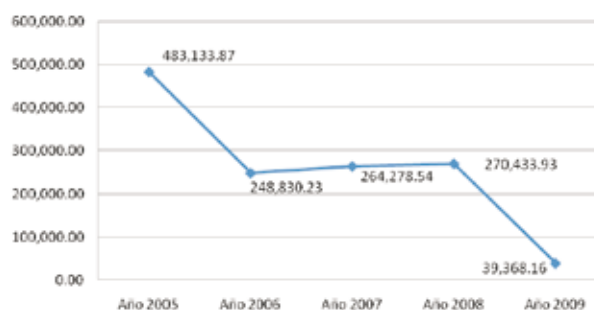


Grafico Resumen Nro. 7: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 4418200000

Valores CIF Total de los Últimos Cinco Años



Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

Tanto Chile como Colombia cuentan con importantes recursos forestales explotados bajo leyes de reforestación que les permiten contar con materia prima de forma constante, pero en Perú recién se está implementando similar legislación; en este sentido Chile saca provecho consolidándose como el principal proveedor de puertas de madera en los últimos 5 años de estudio, donde vemos que Colombia participa con bajos niveles desde 2006, pero a partir de 2008 Ecuador inicia exportaciones en mayores volúmenes que Colombia.

8. Partida Arancelaria: 7221000000

Descripción: ALAMBRO DE ACERO INOXIDABLE

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
39,368.1	2,691.9	14,681.8	34.9	0

Con respecto a este producto se obtuvieron datos desde los años 2005 al 2008. Concerniente al año 2009 no se registran datos de importaciones, según la fuente nacional que tenemos como base.

Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

Graficos: Valores CIF del País Importador del Producto –
Partida Arancelaria Nro. : 7221000000 Años 2005 al 2009

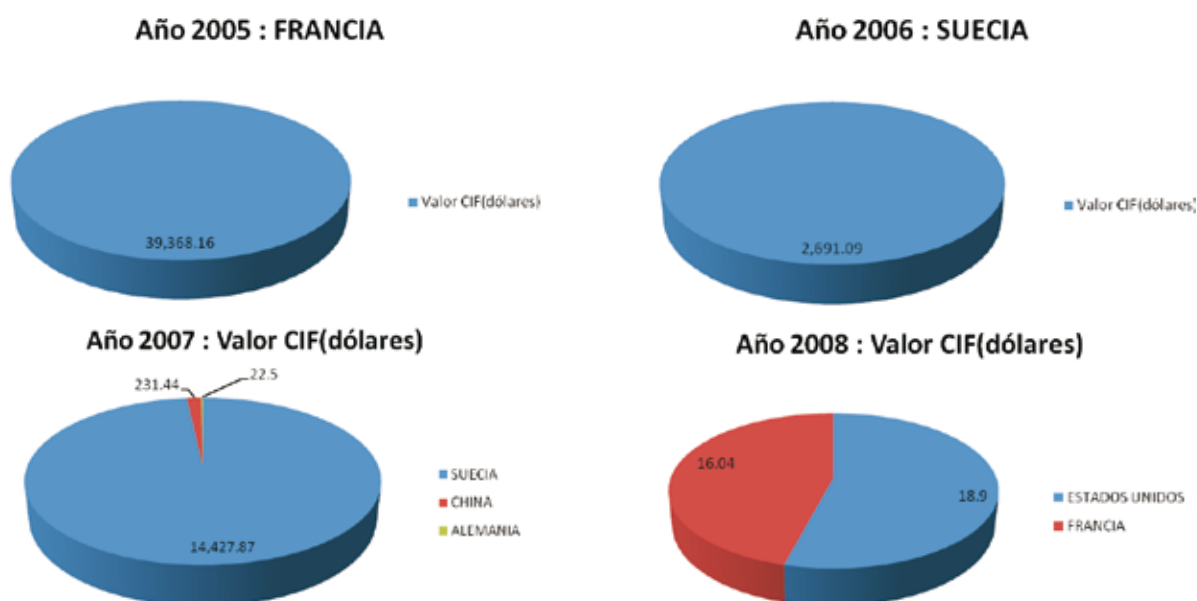
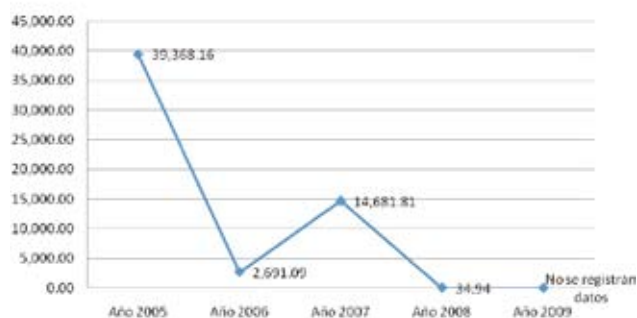


Grafico Resumen Nro. 8: Porcentajes de los Valores CIF (dólares)
Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 7221000000

Valores CIF Total de los Últimos Cinco Años



Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe / Elaboración: Andina Holding S.A.C

9. Partida Arancelaria: 7214200000

Descripción: Barras de hierro o acero sin alear, simplemente forjadas, laminadas o extrudidas, en caliente, así como las sometidas a torsión después del laminado.

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
42,791,028.3	71,470,075.4	51,827,355.9	323,494,316.5	97,999,669.3

Graficos: Valores CIF de los Países Importadores del Producto –
Partida Arancelaria Nro. : 7214200000 Años 2005 - 2009.

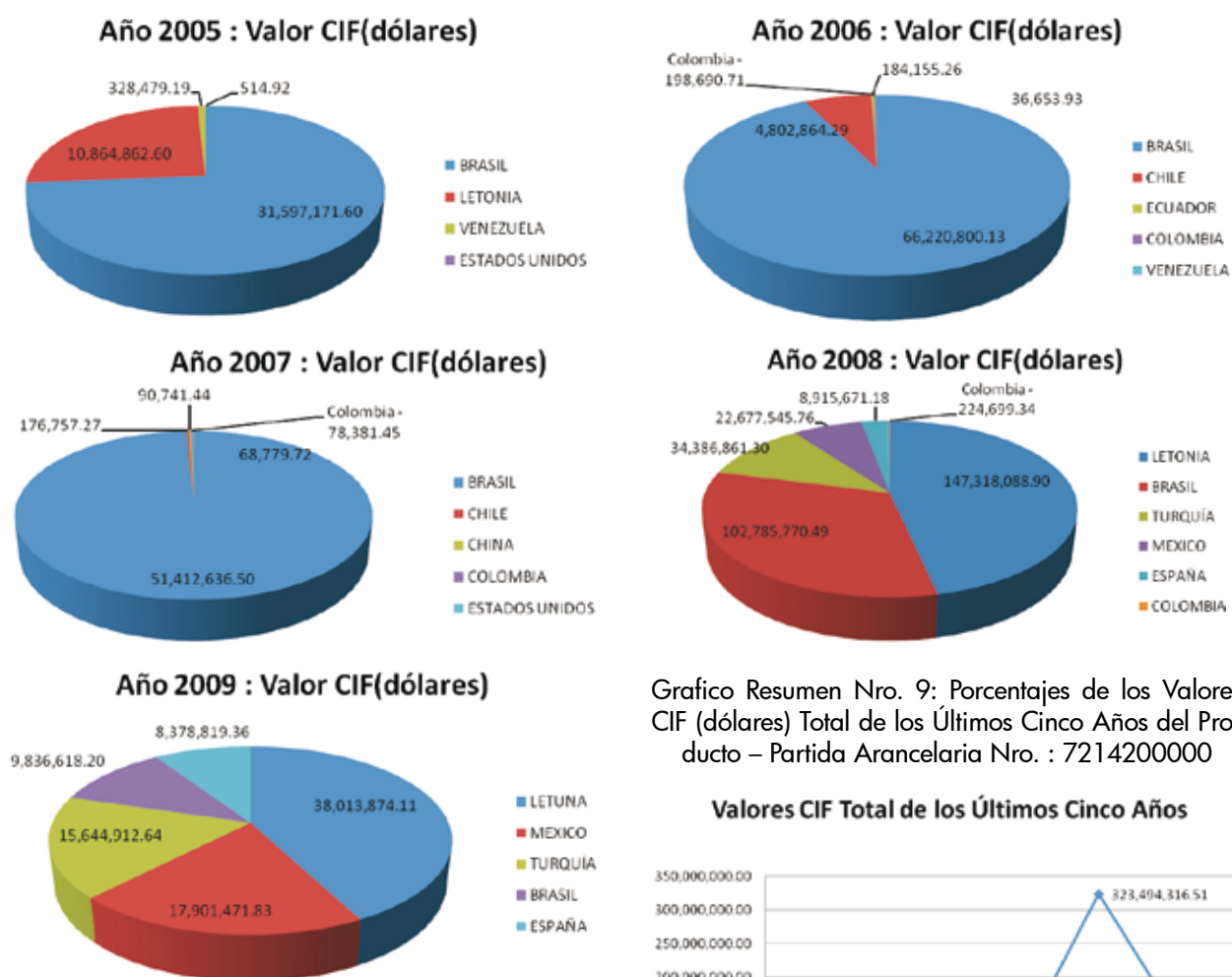
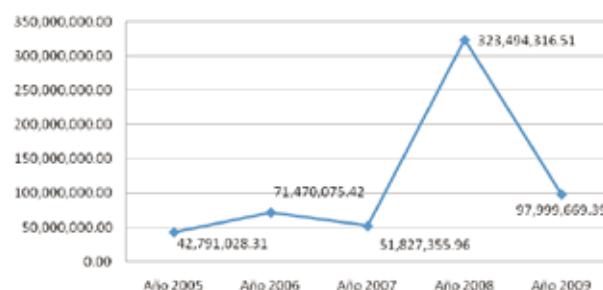


Grafico Resumen Nro. 9: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 7214200000

Valores CIF Total de los Últimos Cinco Años



Fuente: Aduana del Perú / www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

10. Partida Arancelaria: 4418901000

Descripción: TABLEROS CELULARES DE MADERA

Cuadro 42: Datos del Año 2005				
2005	2006	2007	2008	2009
792.1	1,711.7	0	220,288.7	239,748.9

Con respecto a este producto no registra datos el año 2007, según la fuente nacional que tenemos como base.

Graficos: Valores CIF del País Importador del Producto –
Partida Arancelaria Nro. : 4418901000 Años 2005 - 2009

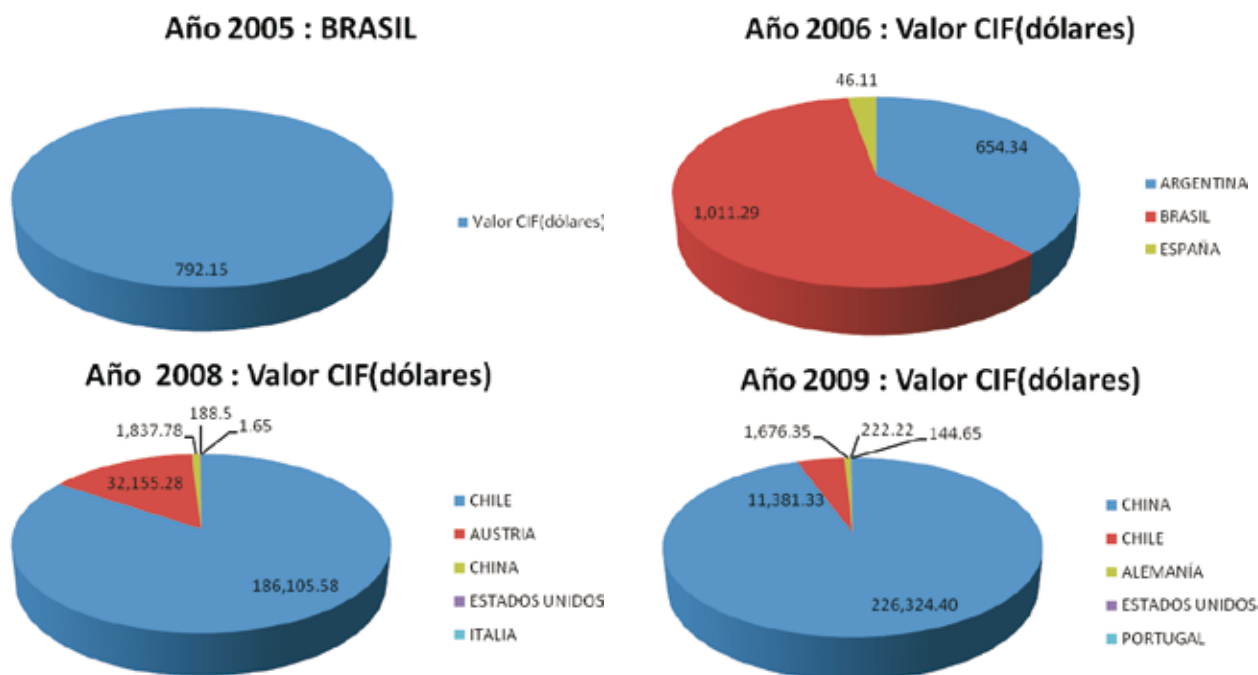
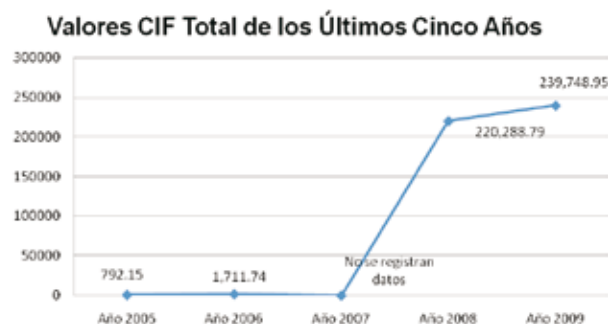


Grafico Resumen Nro. 10: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 4418901000



Fuente: Aduana del Perú / www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

En este grafico resumen podemos ver que en el año 2007 no se registran datos, es por tal motivo que no cuenta con valores.

Este es uno de los productos que muestran un crecimiento espontáneo notable; se muestran desplazamientos de proveedores con facilidad: Brasil, Chile y ahora China desplazando totalmente a los demás; es de señalar que Colombia no participa a pesar de contar con oferta exportable.

11. Partida Arancelaria: 9405109000

Descripción: DEMAS LAMPARAS Y DEMAS APARATOS ELECTRICOS DE ALUMBRADO

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
6,025,395.1	7,622,358.9	8,234,325.5	13,405,110.6	14,410,459.1

Graficos : Valores CIF de los Cinco Principales Países, Incluyendo Colombia, Importadores del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 9405109000 Años 2005 - 2009.

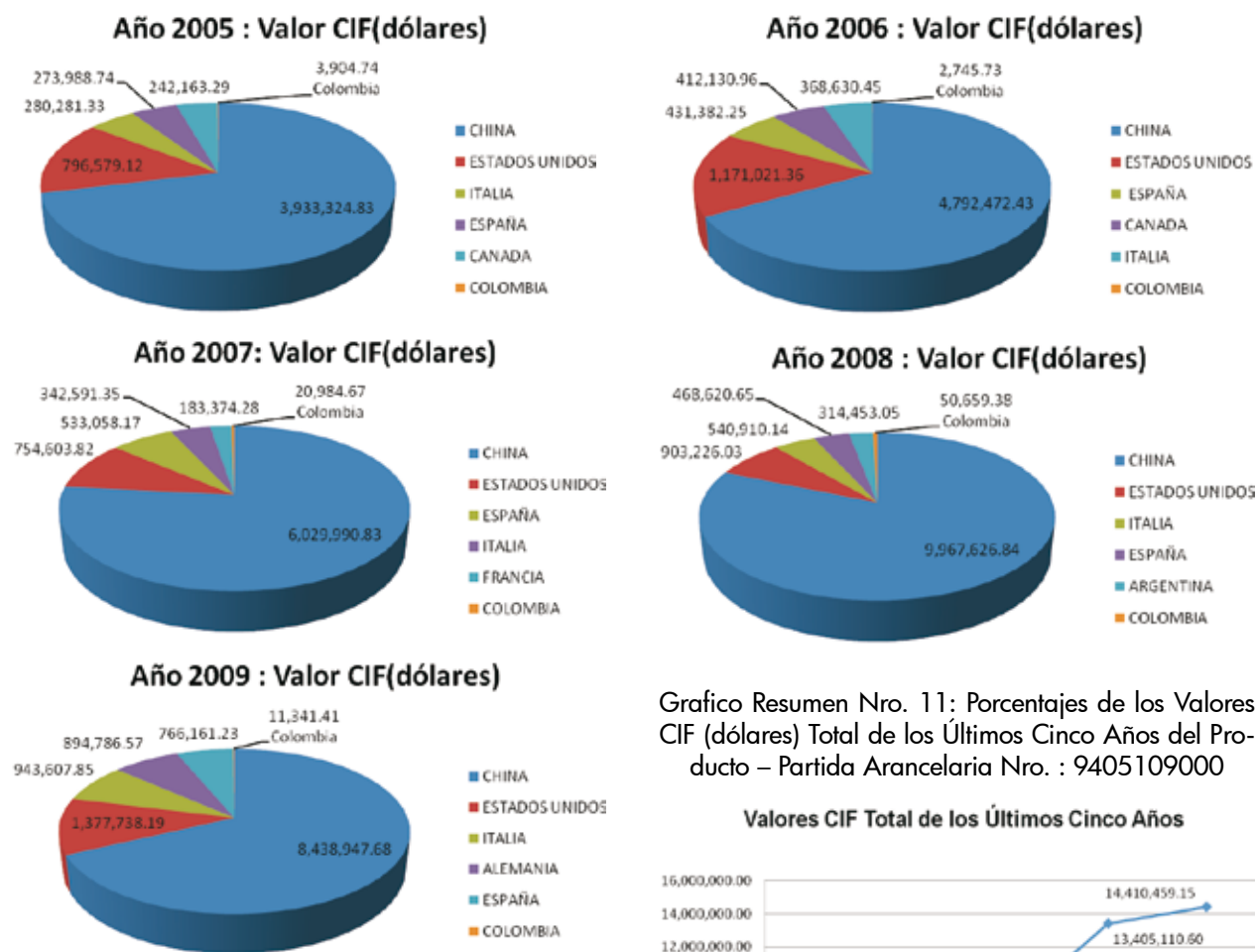
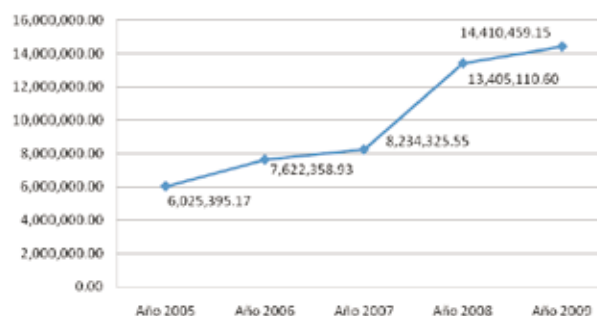


Grafico Resumen Nro. 11: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 9405109000

Valores CIF Total de los Últimos Cinco Años



Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

12. Partida Arancelaria: 8536501900

Descripción: LOS DEMAS INTERRUPTORES, SECCIONADORES Y CONMUTADORES

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
4,053,081.2	5,505,524.1	7,293,488.7	8,689,956.1	7,642,059.09

Graficos: Valores CIF de los Cinco Principales Países, Incluyendo Colombia, Importadores del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 8536501900 Años 2005 - 2009

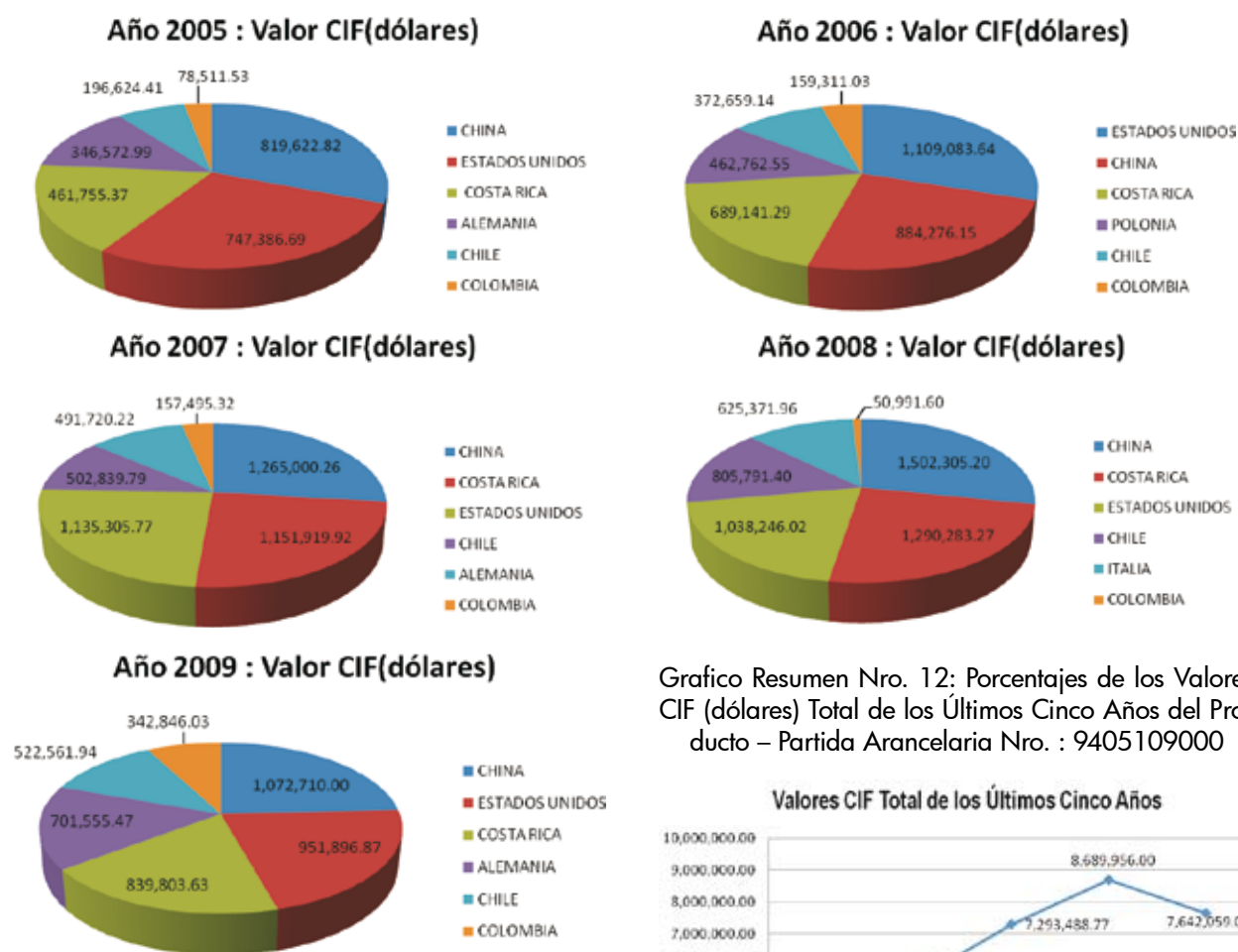


Grafico Resumen Nro. 12: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 9405109000



A pesar de contar con producción nacional Peru importa este tipo de productos, donde la data muestra una constante e importante participación de China, Estados Unidos y Costa Rica; por su parte Colombia ha mostrado una participación ascendente cayendo notoriamente el año 2009 para finalmente reportar el máximo histórico el 2009 con mas de 300 mil dólares y ocupando el 4,4 % de participación, aun queda mucho espacio que cubrir en este sector de ferretería eléctrica.

Fuente: Aduana del Perú / www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

13. Partida Arancelaria: 7412100000

Descripción: ACCESORIOS DE TUBERIA (EJ: RACOR, CODO) DE COBRE REFINADO

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
221,215.07	340,156.7	223,573.5	660,931.3	697,479.6

Graficos: Valores CIF de los Cinco Principales Países Importadores del Producto -
Partida Arancelaria Nro. : 7412100000 Años 2005 - 2009

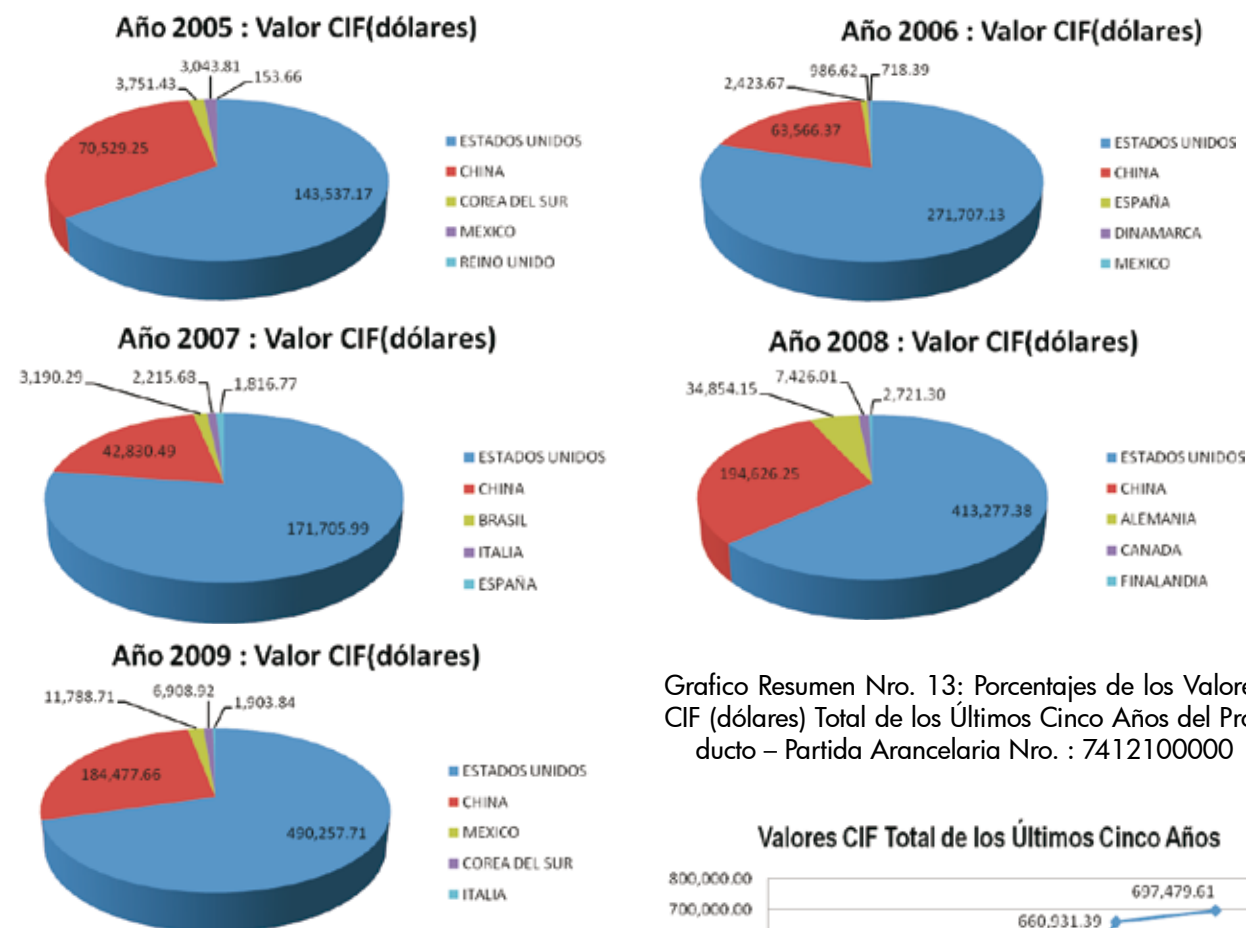
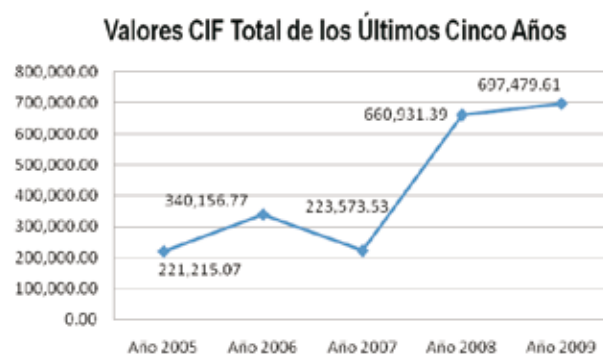


Grafico Resumen Nro. 13: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 7412100000



Consideramos estratégica esta línea para Colombia dada la oferta de tuberías y accesorios de cobre, especialmente para la industria de gas que en el Peru esta en expansión, estos productos muestran un constante incremento con participación destacada de Estados Unidos, China, Brasil y México, pero ninguna de Colombia.

Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

14. Partida Arancelaria: 3917220000

Descripción: TUBOS RIGIDOS DE POLIMEROS DE PROPILENO

Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
233,653.2	431,243.1	1,378,168.2	1,658,557.2	1,423,986.2

Graficos: Valores CIF de los Cinco Principales Países, Incluyendo Colombia, Importadores del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 3917220000 Años 2005 - 2009

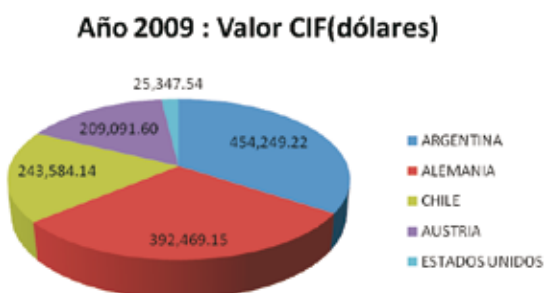
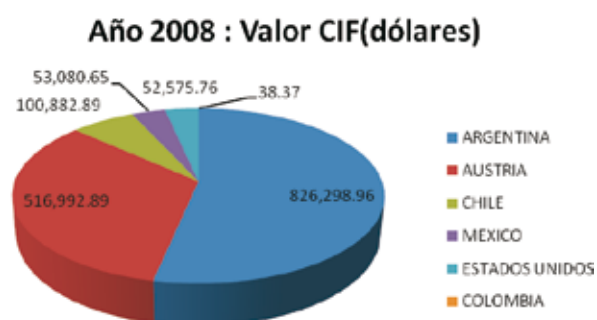
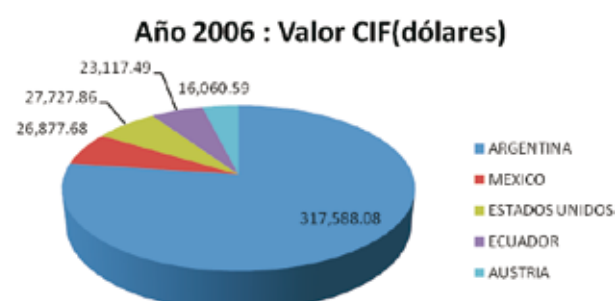
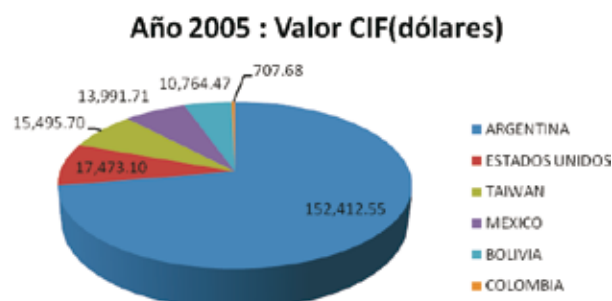
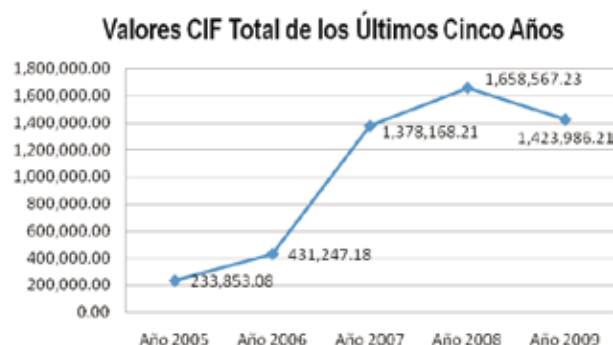


Grafico Resumen Nro. 14: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 3917220000



Aquí hemos visto otro producto elaborado en Colombia donde se presencio una participación muy baja para finalmente desaparecer el 2008 mientras las importaciones peruanas se incrementan fuertemente y aparece Ecuador como proveedor; Colombia tiene oferta exportable en este sector.

Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

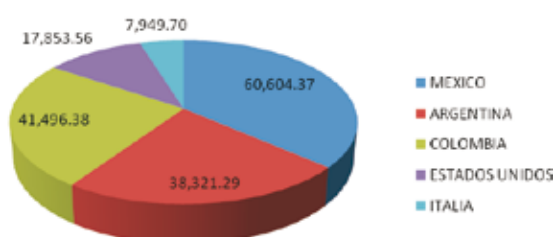
15. Partida Arancelaria: 2523210000

Descripción: CEMENTO BLANCO, INCLUSO COLOREADO ARTIFICIALMENTE

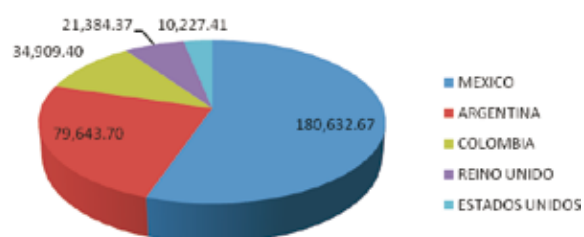
Importaciones US\$ CIF				
2005	2006	2007	2008	2009
166,416.7	326,797.5	179,969.6	84,759.0	477,304.8

Graficos: Valores CIF de los Cinco Principales Países Importadores del Producto –
Partida Arancelaria Nro. : 2523210000 Años 2005 - 2009

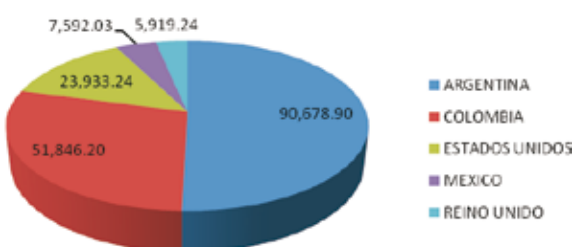
Año 2005 : Valor CIF(dólares)



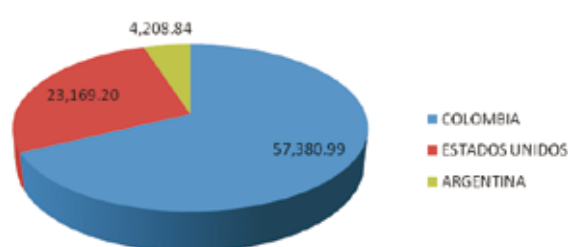
Año 2006 : Valor CIF(dólares)



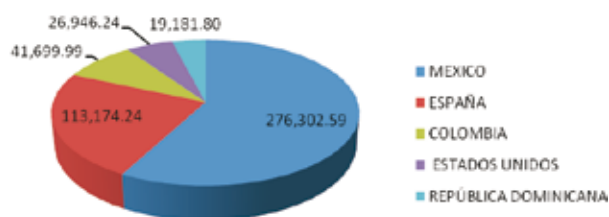
Año 2007 : Valor CIF(dólares)



Año 2008 : Valor CIF(dólares)



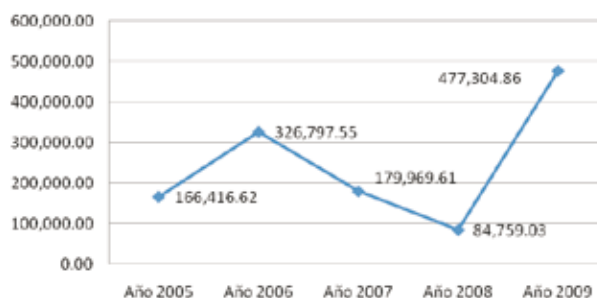
Año 2009 : Valor CIF(dólares)



El mercado de cemento blanco es abastecido por ahora casi en su totalidad por la industria nacional, pero dado el fuerte crecimiento de la actividad constructora, las importaciones van en aumento constante, sin embargo Colombia aparece el año 2008 con una importante participación pero no figura posteriormente.

Grafico Resumen Nro. 15: Porcentajes de los Valores CIF (dólares) Total de los Últimos Cinco Años del Producto – Partida Arancelaria Nro. : 2523210000

Valores CIF Total de los Últimos Cinco Años



Fuente: Aduana del Perú /www.aduanet.gob.pe
Elaboración: Andina Holding S.A.C

Cuadro No. 6. Resumen de importaciones peruanas y participación colombiana 2005 – 2009

P.A.	ITEM	2005	2006	2007	2008	2009	Participacion colombiana
6908900000	demás baldosas y lozas cerámicas	14,678,498.10	17,061,051.70	19,672,774.10	31,059,504.80	25,269,599.60	el pico mas alto de Colombia fue 2009 con solo 1,6% de participación
6811400020	demás placas, paneles, tejas	0	0	15.62	24,320.60	0	alta participación el 2008 (87% del total) pero desapareció el 2009
3922900000	Bidés, inodoros, cisternas	290,953.70	232,820.70	248,781.70	393,799.60	353,767.80	el 2008 participó con solo el 0.3% del total, Colombia cuenta con oferta exportable
3824400000	aditivos preparados para cemento	1,512,094.30	1,513,794.50	1,511,215.80	2,767,316.10	3,123,119.10	baja participación (4.3% el 2009) cuenta con oferta exportable
3918901000	revestimiento para suelos	106,902.70	666,759.30	284,471.60	3,648,563.40	764,958.20	ninguna participación pero cuenta con oferta exportable
6901000000	ladrillos, lozas, baldosas cerámicas	19,465.80	115,665.30	28,313.60	19,882.30	36,120.50	ninguna participación pero cuenta con oferta exportable
4418200000	puertas y sus marcos de madera	483,133.80	248,830.20	264,278.50	270,433.90	273,748.30	baja participación (11.4% el 2007 y cero el 2009) cuenta con oferta
7221000000	alambón de acero	39,368.10	2,691.90	14,681.80	34.9	0	ninguna participación pero cuenta con oferta exportable
7214200000	barras de hierro o acero	42,791,028.30	71,470,075.40	51,827,355.90	323,494,316.50	97,999,669.30	las importaciones peruanas son altas pero la participación colombiana es bajísima, el 2008 no llegó a 1% con mas de US\$200 mil
4418901000	tableros celulares de madera	792.1	1,711.70	0	220,288.70	239,748.90	ninguna participación pero cuenta con oferta exportable
9405109000	demás lámparas y aparatos de alumbrado	6,025,395.10	7,622,358.90	8,234,325.50	13,405,110.60	14,410,459.10	cuenta con oferta pero la participación es baja (0,3% el 2008) las importaciones son altas
8536501900	dmás interruptores seccionadores	4,053,081.20	5,505,524.01	7,293,488.70	8,689,956.10	7,642,059.09	presencia ascendente, alcanzó el 4,4% del total el 2009
7412100000	accesorios de tubería, de cobre	221,215.07	340,156.70	223,573.50	660,931.30	697,479.60	ninguna participación pero cuenta con oferta exportable
3917200000	tubos de polipropileno	223,653.20	431,243.10	1,378,168.20	1,658,557.20	1,423,986.20	no tiene presencia desde 2008 fuerte presencia de Argentina y Chile
2523210000	cemento blanco	166,416.70	326,797.50	179,969.60	84,759.00	477,304.80	mediana participación, alcanzó 8,7% el 2009 puede mejorar

Fuente: Aduanas del Perú / Elaboración: Andina Holding



4. Descripción de principales canales de distribución y comercialización

El mercado peruano para materiales de construcción estuvo atomizado en los últimos 20 años, sin presentar grandes superficies ni cadenas de ferretería, la situación actual presenta estos canales comerciales:

4.1 Canales Comerciales

4.1.1 Grandes superficies

Ace Home Center (www.maestro.com.pe)
Sodimac Perú (www.sodimac.com.pe)

4.1.2 Tiendas especializadas (productos de alta gama)

Cassinelli (www.cassinelli.com)
Decor Center (www.decor-center.com)
Spazio Perú (www.spazioperu.com)
Arquitotal (www.arquitotal.com)

4.1.3 Importadores y distribuidores a nivel nacional

Pecasa (www.pecasa.com.pe)
Ardiles Import S.A. (www.ardilesimport.com)

Ferrethon (www.ferrethon.com)
Gumisa (www.gumisa.com.pe)

La alta centralización del mercado peruano ha ocasionado que las principales empresas importadoras y puntos de venta tengan la sede principal en la ciudad de Lima por lo cual no es necesario desplazarse a otras ciudades para conocer los mayores canales comerciales.

4.2 Requisitos para la importación

Los productos procedentes de Colombia en su totalidad no pagan derechos arancelarios para ingresar al mercado peruano, las normas técnicas internacionales están homologadas y es frecuente que no sean exigidas, por lo cual se facilita el acceso a Perú, bastando con contar con los documentos usuales en comercio internacional, siendo importante el Certificado de Origen.

Debe tomarse en cuenta que este país ha suscrito Tratados de Libre Comercio con países que son directos competidores de Colombia, como son: Chile, EEUU, Canadá, China y Tailandia y vienen negociándose acuerdos similares con Japón, Corea del Sur, México, India, entre otros.

4.3. Valor del arancel por posición arancelaria

Perú modificó su estructura arancelaria de modo que un importante número de productos pueden ingresar a ese mercado sin pagar arancel, es decir, aún así no se tengan determinados productos negociados bajo un tratado de libre comercio, éstos pueden ingresar libres de derechos arancelarios.

Este es el caso de los 15 productos en estudio, de los cuales solo 4 pagan arancel:

3824400000	Aditivos preparados para cemento	9%
4418901000	Tableros celulares de madera	9%
9405109000	Demás lámparas y aparatos eléctricos	9%
7412100000	Accesorios de tubería de cobre	9%

4.4. Acuerdos Comerciales vigentes en el Perú

Colombia y Perú realizan intercambio comercial en el marco de lo normado en la Comunidad Andina (Decisión No. 414 que desgravó paulatinamente el ingreso de productos hacia Perú en un programa iniciado en 1997 hasta el año 2006) que permite el ingreso de mercancías sin pago de derechos arancelarios, es importante señalar que a mediados de los años 90 hubo una crisis al interior de la CAN y las distintas políticas de apertura de cada país y posturas diferentes ante el Arancel Externo Común, que casi ocasionó el retiro de Perú de este organismo, ello se evitó con la Decisión 414.

4.5. Principales canales de comercialización

La casi totalidad de importadores y grandes puntos de venta están situados en Lima, y se dividen de la siguiente forma:

4.5.1 Grandes superficies/cadenas:

Importan directamente y también se abastecen de importadores y distribuidores locales, cuentan con jefes de compras especializados por cada línea de producto, actualmente se encuentran en expansión y todos cuentan con sedes en ciudades del interior, aun así no son los principales canales de venta.

4.5.2 Mayoristas:

Esta canal trabaja a nivel nacional con su propio equipo de ventas y la logística necesaria, son los mayores operadores del mercado, pueden ser importadores o pueden abastecerse de otros proveedores.

4.5.3 Mercado locales y regionales:

Las principales ciudades de la Costa son los mayores canales en el Perú, pues la sierra y selva no cuentan con altos índices de crecimiento (salvo Cusco, Cajamarca y Huancayo), pero casi no se encuentran importadores directos, pero sí distribuidores que adquieren de proveedores de Lima las distintas líneas de productos.

4.5.4 Pequeños Negocios:

Aquí se cuentan ferreterías y puntos de venta en mercados de abastos, así como algunas zonas de Lima con puntos de venta de ferretería y acabados, pero las grandes superficies cada vez constituyen una amenaza por su penetración constante a distintos barrios.



5. Análisis del entorno competitivo

5.1 Países de origen:

En las estadísticas por producto podemos apreciar que entre los principales países proveedores de materiales de construcción para Perú con frecuencia vemos a EEUU, Chile, China, Colombia, Italia, España, Francia, Brasil, entre otros, sin embargo, la gama de países es alta y la participación de ellos podría incrementarse en la medida que el sector construcción continúa en crecimiento.

5.2 Productores locales:

Perú presenta oferta de varias líneas de acabados para construcción pero la competitividad entre una y otra con otros países depende de factores como arancel, cercanía geográfica, disponibilidad de insumos (Perú carece de madera tratada por ejemplo), entre otros.

Los productos más destacados en la oferta peruana son:

- Grifería
- Pisos de parquet
- Tuberías y accesorios de cobre

- Pisos cerámicos
- Revestimientos cerámicos
- Sanitarios (juegos de baño)
- Vidrios
- Pinturas y barnices

5.3 Presentaciones

Los empaques y todo el esquema de presentación son iguales a los utilizados en Colombia; las grandes superficies, ferreterías, distribuidores y demás canales presentan los productos tal como los entregaron, y tienen como añadido una etiqueta adhesiva con datos del importador, número de RUC y teléfono, lo que permite conocer de inmediato si es un producto importado y la empresa que lo importa, esto aplica a productos de pequeño tamaño pero no en el caso de techos, perfiles de acero u otros metales, etc. que por su naturaleza y tamaño no tienen empaque individual.

5.4 Perfil de principales competidores

Entre las principales empresas competidoras peruanas se encuentran:

- Celima (www.celima.com.pe) principal fabricante de revestimientos cerámicos, su especialización les ha permitido exportar sus productos a distintos mercados, entre ellos Colombia; tiene distribuidores a nivel nacional.
- Cementos Lima (www.cementoslima.com.pe) pertenece a un grupo de fábricas de cemento situadas en distintas ciudades y tienen la mayor parte del mercado peruano con sus marcas; son propietarios de una planta cementera en EEUU
- Ladrillos Rex (www.ladrillosrex.com) la mayor ladrillera peruana, sus principales líneas son ladrillos tradicionales para paredes y techos pero no compiten con Colombia en el caso de pisos y revestimientos de este material.
- Aceros Arequipa (www.acerosarequipa.com) la principal empresa de fundición, especializada en la producción de barras de acero para construcción y acero dimensionado, tiene distribución a nivel nacional y amplió plantas para atender la demanda creciente de acero en el mercado y llenó el vacío dejado por la venezolana Sidor.
- Vainsa (www.vainsa.com) pertenece al grupo Celima y es el principal fabricante de baños cerámicos y pisos, también exportan varias de sus líneas a distintos países de la región y a EEUU, tienen distribución a nivel nacional y puntos de venta propios.



6. Proceso de importación

En Perú no existe un registro de empresas importadoras de modo que el único requisito para realizar importaciones es que la persona natural o la empresa cuente con el Registro Único Tributario – RUC (similar al NIT).

Proceso:

El importador acepta una proforma o cotización de los productos a adquirir y ordena la compra a través de envío de giro de dinero (total o parcial), carta de crédito, o modalidad acordada entre ambas partes

El exportador colombiano inicia el proceso de exportación ordenando a su agente de aduanas el retiro de la mercancía y enviando a su cliente los documentos de embarque, factura comercial y Certificado de Origen

El importador peruano presenta la Declaración Única de Aduanas (póliza) consignando los datos completos de la mercancía, peso, cantidad, origen, puerto de embarque, entre otros datos solicitados

Una vez que la mercancía llega a Perú, la autoridad autorizada a regular y permitir el ingreso

de productos es la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT (www.sunat.gob.pe)

El importador peruano presenta los documentos requeridos ante Aduanas para que realicen una Liquidación de Derechos, luego se pagan los impuestos y derechos correspondientes (si los hubiere) ya sea a través de ventanillas on line o por el sistema financiero autorizado por Aduanas, y posteriormente se procede a retirar la mercancía; en el caso concreto de un embarque que parte desde Buenaventura, el buque tarda en promedio cinco días en llegar al puerto del Callao y unos tres en culminar todo el proceso hasta llevar el contenedor a su propia bodega.

Si la mercancía tiene un valor hasta los US\$2,500 (dos mil quinientos dólares americanos) una persona natural puede hacer los tramites personalmente, pero pasado ese monto se debe contratar a un agente de aduanas autorizado.

Una vez que las mercancías hayan llegado a puerto y se instalen en bodega, se tienen 30 días para solicitar la liquidación de derechos, pasado

ese plazo la mercancía pasa a un régimen de abandono y posterior remate que convoca SUNAT a lo largo del año de forma pública.

La SUNAT está adaptando normas internacionales merced a los TLC que ha suscrito con varios países, de modo que uno de los cambios es la Ventanilla Unica de Comercio Exterior, que agiliza los trámites para exportar e importar.

6.1 Puertos de entrada:

Perú cuenta solo con puertos en el océano Pacífico siendo el de Callao el de mayor movimiento del comercio internacional y con mucha fluidez con el puerto de Buenaventura, por su lado el aeropuerto internacional Jorge Chávez está situado también en el Callao y muy cerca del puerto, de modo que la mayor parte del comercio internacional se desarrolla en esa zona.

Existen otros puertos situados en el norte cerca de Ecuador (Puertos de Paita y Salaverry) y en el Sur (Puertos de Ilo y Matarani), dedicados fuertemente a exportar productos de esas regiones, principalmente minerales y productos agroindustriales, pero las importaciones en su gran mayoría se realizan en El Callao.

6.2 Regulaciones Arancelarias:

Casi no existen regulaciones arancelarias, solo se cuenta con restricciones para mercancías denominadas "peligrosas" como ácidos y otros productos químicos; no existen barreras para arancelarias de ninguna índole y solo se deben cumplir con requisitos de acceso que se usan en cualquier otro país como registros sanitarios, certificado libre venta, entre otros, que en el caso de Colombia, se homologan y no tienen costos altos.

Existen casos especiales de regulaciones de precios, pero se aplican con productos denominados

commodities, los cuales están sujetos a variaciones internacionales que repercuten en Perú estableciendo franjas de precios (casos como el azúcar y trigo especialmente).

Para el caso concreto con Colombia, ningún producto considerado dentro de la oferta exportable está sujeta a restricción alguna como sucedió con los aceites y grasas en los años noventa.

Perú aplica normas internacionales para el caso de empaques, debiendo cumplir éstos con estándares internacionales que Colombia los aplica: etiquetas con detalle de ingredientes, contenidos de proteínas, grasas y similares, fecha de vencimiento, número de lote, código de barras, entre otros, por ello no se han registrado inconvenientes en este sentido.

Para el caso de materiales y acabados de construcción casi no existen normativas de empaque por la misma naturaleza de los productos; la CAN establece normas de empaque bajo la Decisión 562 que autoriza a los países a establecer Reglamentos Técnicos pero sin que se conviertan en obstáculos al comercio, por ello los países adoptan normas técnicas internacionales y las aplican a sus productos.

Un ejemplo es la norma emitida por el Ministerio de la Producción en Perú a partir de ésta Decisión de la CAN:

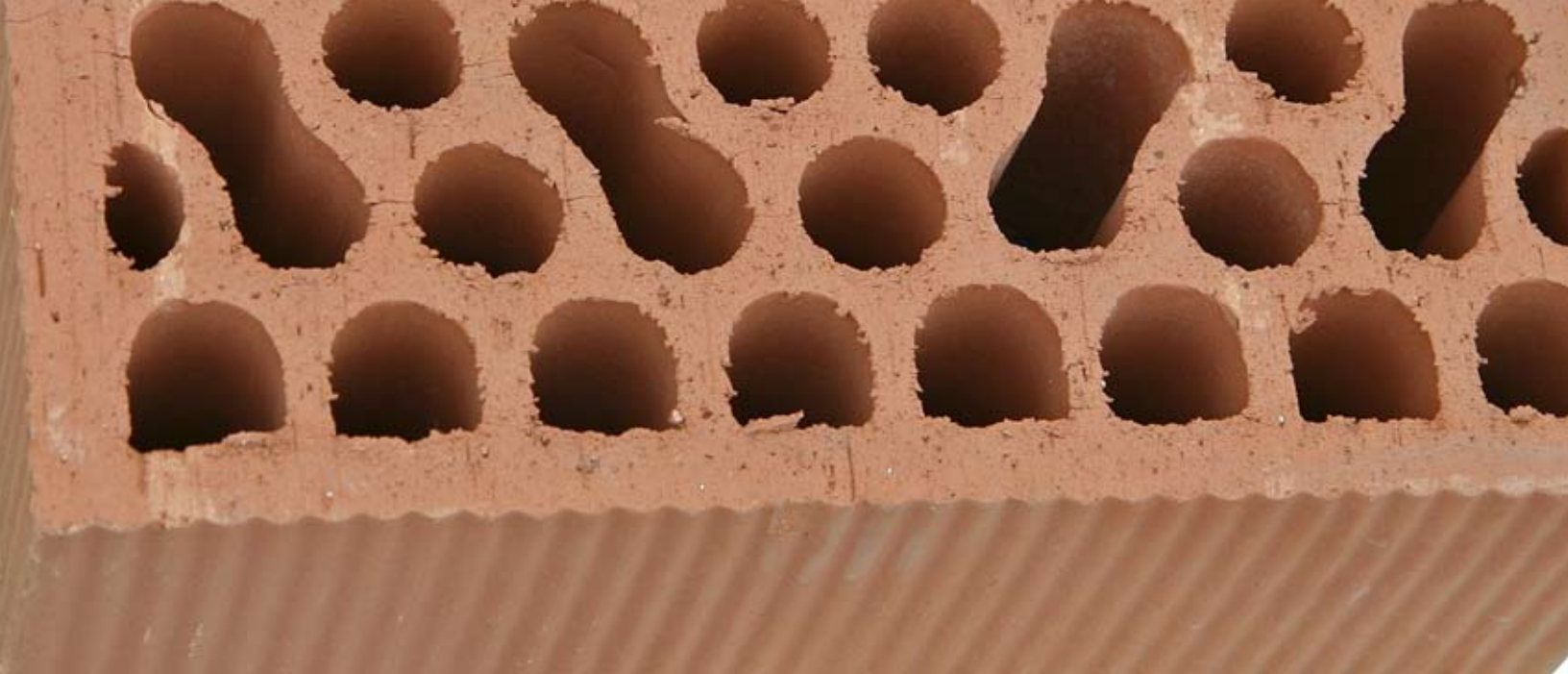
Decreto Supremo No. 185 – 2005 EF Reglamento Técnico para conductores y cables eléctricos

Del Conductor.- deben ser conductores de cobre recocido

Del Aislamiento y cubierta exterior.- debe ser de cloruro de polivinilo (PVC) o polietileno reticulado (XLO)

Del cable aislado: debe cumplir con especificaciones por tipo de cable, espesor de aislamiento, diámetro exterior y resistencia al aislamiento, ensayos eléctricos y no eléctricos

Todos los requisitos mencionados son normas internacionales que los países de la CAN adoptan, por ello los productos a importar no tienen problemas de acceso, y basta insertar un sticker en cada producto para indicar el nombre del importador número de RUC y teléfono.



7. Estrategias de promoción y marketing

7.1 Ferias:

Es importante para las empresas del sector participar en la mayor feria de la construcción del país llamada EXCON (www.excon.com.pe) que es organizada por la Cámara Peruana de la Construcción y se desarrollará del 5 al 10 de octubre de 2010 en Lima.

7.2 Publicaciones:

Las grandes superficies cuentan con catálogos que son distribuidos en sus propias tiendas e insertados en el diario El Comercio, que es el de mayor distribución en el país (similar a El Tiempo), ellos cobran a sus proveedores por el derecho a participar en el catálogo, el mismo que es muy apreciado por los consumidores en el Perú.

7.3 Estrategias recomendadas de promoción:

En el caso de distribuidores y mayoristas, estos se apoyan con merchandising que en la mayoría de casos son desarrollados en forma conjunta o proporcionada por el fabricante.

7.4 Recomendaciones para selección de importadores / distribuidores

En el mercado peruano la única forma de acceder a la situación financiera de potenciales clientes es pagando por el reporte, que lo desarrollan empresas especializadas como Infocorp (www.infocorp.com.pe) con valores que oscilan entre US\$80 a US\$100 por cada empresa estudiada, y es recomendable la inversión de esta índole.



8. Contactos

8.1. Cámaras y asociaciones

- Cámara de Comercio de Lima
www.camaralima.org.pe
- Cámara Peruana de la Construcción
www.capeco.org
- Sociedad Nacional de Industrias
www.sni.org

8.2. Importadores

8.2.1. Grandes superficies

Ace Home Center

Contacto: Verónica Arata – Jefe de Lámparas e Iluminación

Mail: varata@maestro.com.pe

Web: www.maestro.com.pe

Contacto: Alejandro Rodo – Jefe Línea Puertas

Mail: arodo@maestro.com.pe

Teléfono: 611 1900

Dirección: Av. República de Panamá No. 4679, Surquillo - Lima

Sodimac Perú

Contacto: Adolfo Olachea – Gerente Baños y Cocinas

Mail: aolachea@sodimac.com.pe

Web: www.sodimac.com.pe

Contacto: Juan Kalenikoff – Gerente Línea Aire Libre

Mail: jkalenikoff@sodimac.com.pe

Teléfono: 611 0400

Dirección: Av. República de Panamá No. 4679, Surquillo - Lima

8.2.2. Tiendas especializadas (productos de alta gama)

Cassinelli

Contacto: Enrique Labarthe – Gerente de Compras

Mail: elabarthe@cassinelli.com.pe

Web: www.cassinelli.com.pe

Teléfono: 421 7106

Dirección: Av. Elmer Faucett No. 159, San Miguel - Lima

Decor Center

Contacto: John Diaz – Jefe de importaciones
Mail: jdiaz@decor-center.com
Web: www.decor-center.com
Teléfono: 618 7800 Ext. 263
Dirección: Av. La Molina No. 473, Ate - Lima
Arquitotal
Contacto: Félix Tresierra – Gerente Comercial
Mail: proyectos@arquitotal.com.pe
Web: www.arquitotal.com.pe
Teléfono: 349 2596
Dirección: Calle René Descartes No. 122, Ate - Lima

Spazio Perú

Contacto: Esteban Sevilla – Gerente General
Mail: tzarate@spazioperu.com
Web: www.spazioperu.com
Teléfono: 422 6547
Dirección: Av. Camino Real No. 125 Of. 301 - Lima

8.2.3. Importadores y distribuidores a nivel nacional

Pecasa

Contacto: Jack Lino – Jefe de Compras
Mail: adiaz@pecasa.com.pe
Web: www.pecasa.com.pe
Teléfono: 326 2000
Dirección: Av. Santa Rosa No. 350, Ate, Lima

Ardiles Import S.A.

Contacto: Gustavo Karlen – Area Comercial
Mail: Gustavo.karlen@ardilesimport.com
Web: www.ardilesimport.com
Teléfono: 319 0660
Dirección: Av. Santa María No. 230, Ate, Lima

Gumisa

Contacto: Teodoro González – Jefe de Logística
Mail: yguzman@gumisa.com.pe
Web: www.gumisa.com.pe
Teléfono: 537 0004
Dirección: Av. Alfredo Mendiola No. 6316, San Martín de Porras, Lima

Ferrethon

Contacto: Franz Sattler – Gerente General
Mail: franz@ferrethon.com
Web: www.ferrethon.com
Teléfono: 628 0003
Dirección: Calle 51 No. 135 Urb. Corpac, San Borja, Lima

Conclusiones

- El mercado peruano continuará con la actual senda de crecimiento debido a la prolongada postergación que tuvo por dos décadas; llenar la brecha de acceso a viviendas tiene un plazo de diez a doce años y similar periodo se estima para el caso de la infraestructura vial, por ello Colombia debe continuar participando aún mas en este importante sector.
- La firma de Tratados de Libre Comercio ya suscritos y en negociación restaran competitividad a productos colombianos frente a países en el aspecto de aranceles, por lo cual será necesario tomar atenta nota de la logística de comercio internacional, pues la cercanía geográfica quedará como un punto a favor.
- Es necesario tomar acciones para presentar la oferta exportable de empresas de Bogotá del sector construcción en una forma unificada, ya sea a través de una presentación corporativa en la feria de construcción, desarrollo de un catálogo especial, página web, o la mezcla de todas estas alternativas para presentarla ante la mayor cantidad posible de actores en el mercado peruano.
- El sector de la autoconstrucción continúa siendo mayor que el de la construcción formal, por lo que se debe tomar en cuenta este aspecto para impulsar el ingreso de productos económicos y de calidad, ya que se trata de un mercado de precios.
- Aún no es una costumbre por parte de las constructoras el importar muebles de cocina por ejemplo, pero a breve plazo ésta será una tendencia creciente por lo cual debe ser tomada en cuenta, especialmente por el sector de fabricantes de muebles de tableros aglomerados, varios de los cuales ya están presentes bajo el sistema de muebles “ármelos usted mismo” a través de distribuidores pero no directamente